Manual del Emprendedor | Edición 2014 | Academia ASECH

INTRODUCCIÓN



El emprendimiento sigue siendo una tendencia de alto impacto en nuestro país y es nuestra labor hacernos cargo de que los resultados de ellos generen un mayor impacto en nuestro país. Una de las materias más relevante para todos los que deciden comenzar una empresa, es cómo lograrán encontrar ese financiamiento que necesitan para dar el paso siguiente, ya sea el primero o aquel para conquistar el mundo.

Todos los emprendedores deben tener el mismo acceso a información y contenidos para desarrollar de la mejor manera sus emprendimientos, así aumentar las probabilidades de éxito. Como Academia de Asech buscamos que el que quiera tenga la posibilidad para emprender pero con una mejor educación, buscamos que este trabajo sea una guía para todo su camino al emprender y sientan nuestro apoyo cuando aparezcan esas dudas que surgen en el día a día.

Esperamos que este trabajo realmente les enseñe desde la experiencia de varios emprendedores y aquellos datos que recolectamos que son de mayor interés para ustedes.

Contacto:
María José Urrutia
Directora de Academia Asech
jo@asech.cl

INDICE

I.

¡HOLA! ¡BIENVENIDO AL MANUAL DEL EMPRENDEDOR!

- Primero lo primero: conceptos de emprendimiento & start-up
- Glosario del emprendedor

II.

CONVERTIR UNA IDEA EN UN MODELO DE NEGOCIOS

- Diseño centrado en las personas
- Metodología de Canvas
- Metodología Lean Start-up
- Algunos consejos prácticos.

III.

CONSTITUIR LA EMPRESA

- Escoger una figura legal: tipos de empresa
- Escritura de constitución de sociedad
- Legalización y extracto de la escritura
- Inscripción de la sociedad
- Protocolización en notaría
- Publicación en el Diario Oficial

IV.

ASPECTOS TRIBUTARIOS

- Inscripción en el Rol único Tributario
- Iniciación de actividades en el SII
- Timbraje de documentos
- Contabilidad y documentos tributarios
- El pago de impuestos

V.

PERMISOS

- Permisos
- La patente comercial

VI.

REGISTRO DE MARCA Y PROPIEDAD INDUSTRIAL

- Inscripción de marcas
- Adquisición de un dominio

VII.

LA APERTURA DE UNA CUENTA CORRIENTE

VIII.

TU PRIMER CONTRATO

- Tipos de contrato
- Causales de terminación de un contrato de trabajo

IX.

INSTRUMENTOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

- A través de bancos e instituciones financieras
- Las Sociedades de Garantía Recíproca
- Fondos concursables de origen público

X.

COTIZACIONES DE PENSIONES PARA LOS TRABAJADORES INDEPENDIENTES

XI.

SEGURO SOCIAL OBLIGATORIO CONTRA ACCIDENTES DEL TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

INTRODUCCIÓN.

ASECH, UN EMPRENDIMIENTO EN SÍ MISMO

En ASECH tenemos la certeza de que el emprendimiento es la herramienta más potente de crecimiento y desarrollo que tiene un país, y en ese sentido, es imperativo que los organismos públicos lo promuevan y preserven.

Nuestro país vive momentos de cambios y profundas transformaciones, pero hay un sistema anticuado que nos retrasa. Eso es lo que queremos cambiar y por eso promovemos y defendemos el emprendimiento, para algún día, convertir a Chile en el mejor lugar para emprender de Latinoamérica.

ASECH promueve y defiende el derecho a emprender, entregándole herramientas a los emprendedores e impulsando políticas públicas pro emprendimiento, bajo el alero de cuatro valores:

1.Igualdad. porque somos un movimiento abierto e inclusivo, que cree que el emprendimiento no admite diferencias y que emprender es un derecho, no un privilegio.
2.Valentía. porque lo arriesgan todo por un sueño, aunque implique renunciar al beneficio personal, y valoran el fracaso como un aprendizaje.
3.Libertad. porque no se someten a las reglas de otros, sino que forjan nuevas reglas.
4.Disrupción. porque no se conforman con el estado insuficiente de las cosas, sino que las cambian y siempre van por más.

Los emprendedores de ASECH
ASECH nace como una iniciativa de un grupo de emprendedores de alto impacto, entre los que se encuentra Fernando Fischmann (Cristal Lagoons), emprendedor que ha puesto el emprendimiento chileno en el mapa.

ASECH cuenta con un directorio interdisciplinario de emprendedores consolidados, el que está presidido por Juan Pablo Swett (Trabajando.com) e integrado por Jorge Nazer (Alto), Pamela Chávez (AguaMarina), Cristóbal Undurraga (Ekonométrica), Alejandra Mustakis (IF, MakerSpace, Medular), Alan Farcas (Director Innovación y Emprendimiento Universidad Adolfo Ibañez), Diego Fleischmann (AvalChile), Juan Pablo Larenas (Empresas B), Sebastián Ojeda (BeeTrack).

ASECH y el ecosistema emprendedor
Actualmente, existen 1.730.000 emprendimientos en el país, de los cuales, 18.000 se han hecho parte de este movimiento emprendedor. Sin embargo, algo que nos diferencia de otras organizaciones y asociaciones gremiales, es que agrupamos personas, y no empresas.

Además, ASECH trabaja codo a codo con otras organizaciones del ecosistema, como Start-up Chile, el ministerio de Economía y Empresas B, con la que creamos un programa de internacionalización de emprendimientos.

Logros e impacto
El 30 de enero de 2012 publicamos la Agenda de Impulso Emprendedor, documento que con 6 ejes de acción y 10 medidas concretas para destrabar el emprendimiento en Chile, que fue entregado al ex Ministro de Economía Pablo Longueira. Este importante instrumento fue el resultado de una plataforma de innovación abierta, en la que más de 500 emprendedores denunciaron las trabas que retrasaban el ecosistema emprendedor, como la dificultad para abrir una cuenta corriente, los problemas para pagar el IVA cuando los compradores no les pagan a tiempo, o el monopolio que existe en el sistema de pagos online. De todas las medidas propuestas, existen varias en ejecución, como el cambio al agente retenedor del IVA que se acaba de incluir en la reforma tributaria; la cuenta emprendedor BancoEstado; la apertura a otros sistemas de pago alternativos a Web Pay (Transbank); mejora de consiciones para emprender en los primeros años con la implementación del artículo 14 ter Pyme incluido en la reforma tributaria; la entrada en vigencia de la Ley de Reorganización y Liquidación de Activos de Personas y Empresas (Ley de Reemprendimiento); la entrada en vigencia de la Ley de Empresa en un Día a costo cero, entre otros importantes avances.

También sacamos un estudio acerca del monopolio de Transbank sobre el sistema de pagos online, donde se analizaban distintas maneras de incorporar nuevos actores al sistema.

El 4 de junio de 2012 fue un día histórico para ASECH, pues celebramos nuestra 1ª Cumbre de Emprendedores de Chile. El evento convocó a 500 emprendedores de todo el país y autoridades de Gobierno, como al Presidente de la República Sebastián Piñera, quien nos reconoció como el “interlocutor válido” de los emprendedores. Estas palabras nos llenaron de orgullo y gratificación, pero también nos plantearon un desafío: seguir representando y articulando la voz de los emprendedores de Chile.

Durante el 2014 estuvimos centrados en defender los derechos de los emprendedores nacionales, influyendo positivamente en la reforma tributaria impulsada por el Gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet. Fuimos los primeros en alzar la voz y decir que la reforma, tal como estaba concebida, sería perjudicial para los emprendedores. Así, luego de meses de trabajo y con el apoyo de miles de Pymes y gremios de todas las regiones del país, fuimos escuchados y constituimos una mesa de trabajo con el Ejecutivo. Este esfuerzo vio sus frutos con la firma de un protocolo histórico y transversal de acuerdo, el que permitió que los emprendedores y Pymes quedaran en mejor situación tras el cambio legislativo, asegurando su justo derecho para emprender en libertad.

Hoy, ASECH está presente en las 15 regiones del país y suma más de 18.000 socios de todos los rubros, edades y realidades socioeconómicas. Estamos construyendo la red más importante de emprendedores a lo largo de Chile, y para ello es prioritario continuar trabajando para descentralizar el emprendimiento e incorporar aún más al resto de las regiones.

QUÉ ENTREGAMOS.

	SOCIO AL DÍA	SOCIO
DESAYUNO BIENVENIDA SOCIOS	●	●
CURSOS, CHARLAS, TALLERES Y SEMINARIOS	●	●
NEWSLETTER INFORMATIVO	●	●
REVISTA DIGITAL ASECH EXPRESSO	●	●
BIBLIOTECA DIGITAL DE CONTENIDOS	●	●
CUMBRE Y FERIA ANUAL DE ASECH	●	
DERECHO A VOTO EN ELECCIONES DEL DIRECTORIO	●	
% DESCUENTO EN STAND FERIA Y EN PUBLICIDAD REVISTA ASECH EXPRESSO	●	
DIFUSIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS **sujeto a evaluación previa*	●	

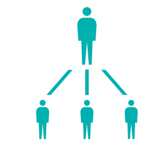
¿QUÉ HACEMOS CON TU APORTE?



SOMOS 14 PERSONAS Y MÁS DE 300 COLABORADORES TRABAJANDO PARA Tí



HACEMOS QUE LA VOZ DE LOS EMPRENDEDORES SEA ESCUCHADA



CAPACITACIÓN Y REDES DE CONTACTO EN MÁS DE 300 ACTIVIDADES AL AÑO



DEFENSA ANTE CASOS DE ABUSOS EN TEMAS DE EMPRENDIMIENTO

I.

¡Hola! ¡Bienvenido al Manual del Emprendedor!

Aquí te contaremos sobre los conceptos básicos que abordaremos en las clases, para que llleguemos hablando el mismo idioma, puedas profundizar y anotar tus preguntas.

I.I. Primero lo primero: conceptos de emprendimiento & start-up

a)Emprendimiento: viene del francés entrepreneur, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto.

b)Startup: es una "organización temporal en búsqueda de un modelo de negocio escalable y replicable", según Steve Blank. Una start-up es la etapa de puesta en marcha de un negocio, por lo que es una "organización temporal" que dejará de serlo en el momento que logre establecer un modelo de negocio sostenible, rentable y escalable.

Eric Ries, en su bestseller Lean Startup, dice que una start-up es "una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de extrema incertidumbre", esto se entiende debido a que los productos o servicios que ofrece suelen ser previamente inexistentes en el mercado y se basan fuertemente en la innovación, la incertidumbre -que conlleva una alta volatilidad- y la constante búsqueda de soluciones, respuestas, inversores y rondas de financiación es su estado natural.

I.II. Glosario del emprendedor

a)AdWords: es un producto de Google que permite a los anunciantes, empresas y particulares, publicar anuncios online, lo que se conoce como publicidad online. AdWords permite publicidad en distintos formatos, ya sea texto, gráfica o en videos. Inicialmente las empresas pagaban por cada click que hacían en su publicidad, pero actualmente AdWords ofrece también el sistema de pago por acción, lo que se traduce en que los anunciantes paguen sólo cuando los usuarios realicen determinadas acciones en su sitio web, predefinidas por el propio anunciante, como por ejemplo, una compra o la inscripción a un boletín informativo, etc.

b)Balance: conjunto de bienes, derechos y obligaciones, lo que la empresa tiene y debe. Se compone de activos, pasivos y patrimonio.

c)Brainstorming (lluvia de ideas): herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de grupo que permite generar ideas originales en un ambiente relajado.

d) Capital de Riesgo: es una fuente de financiación empresarial que está dirigida principalmente a pequeñas y medianas empresas. Consiste en la aportación de capitales permanentes por parte de una sociedad inversora, especializada o no, a una pequeña o mediana empresa, la cual recibe el nombre de sociedad receptora o participada. Mediante esta aportación, la sociedad inversora toma una participación minoritaria en la sociedad receptora, de medio a largo plazo, sin la intención de perdurar indefinidamente dentro de su grupo de accionistas.

e) Costos Fijos: son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos. Como ejemplo están los arrendamientos, ya sea que la empresa esté activa o no, hay que pagarlos. Así produzca 100 o 500 unidades, siempre deberá pagar el mismo valor por concepto de arrendamiento.

f) Costos Variables: son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, un ejemplo claro es la mano de obra, ya que si la producción es baja, se contratarán pocos empleados, si aumenta, se contrataran más y si disminuye, se despedirán, variando lo que se paga en salarios. También tenemos la matera prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo.

g) Flujo de Caja: es un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa, una cuenta, una inversión, o una persona en un período dado.

h) Geomarketing: es una disciplina de gran potencialidad que aporta información para la toma de decisiones de negocio apoyadas en la variable espacial. Nacida de la confluencia del marketing y la geografía, permite analizar la situación de un negocio mediante la localización exacta de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, etc., expresados a través de símbolos y colores personalizados sobre un mapa que puede ser digital o impreso.

Las inferencias y predicciones dentro de esta disciplina van más allá del uso tradicional del análisis cualitativo y cuantitativo, pertenecen a una creciente vertiente de análisis llamado "análisis geoespacial".

i) Inversionista Ángel: esta agrupación de inversionistas pone en contacto a emprendedores con personas que están dispuestas a entregar capital y experiencia a proyectos innovadores que cuenten con cierto desarrollo.

Para poder contar con este tipo de financiamiento, los proyectos se someten a un proceso de selección riguroso. Así, son preparados para atraer a los inversionistas y finalmente, son presentados a través de reuniones a quienes entregarán el capital.

j) Iterar: la iteración está referida al acto de "repetir secuencialmente un proceso con el objetivo de conseguir una meta específica o un resultado en particular". Trata de repetir procesos hasta lograr el aprendizaje necesario.

k) Marketing Corporativo: es una disciplina del marketing que se dedica a establecer estrategias de marketing dentro de una misma organización, con el objetivo de fidelizar a los colaboradores de la empresa y mejorar su productividad.

l) Marketing Directo: es un sistema interactivo que utiliza uno o más medios de comunicación para obtener una respuesta medible con la cual se obtendrá información de un público objetivo.

m) Marketing de Guerrilla: es un conjunto de estrategias y técnicas de marketing ejecutadas por medios no convencionales que consiguen su objetivo mediante el ingenio y la creatividad, en vez de hacerlo mediante un alto costo de inversión en espacios publicitarios. Al no ser publicidad convencional permiten llegar al grupo objetivo de una forma diferente.

n) Marketing por Motores de Búsqueda: la mercadotecnia en buscadores web o SEM por sus siglas en inglés Search Engine Marketing, es una forma de mercadotecnia en Internet que busca promover los sitios web mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados (SERP).
Según el Search Engine Marketing Professional Organization, son métodos SEM: el posicionamiento en motores de búsqueda SEO o Search Engine Optimization; el pago por la colocación en buscadores PPC, la publicidad contextual.

o) Mockup: es un modelo a escala o tamaño real de un diseño o dispositivo, que se utiliza para la demostración, evaluación del diseño, promoción y para otros fines. Un mockup se transforma en un prototipo si proporciona al menos una parte de la funcionalidad de un sistema y permite pruebas.

p) Modelo de Negocios: herramienta que tiene como objetivo visualizar los 9 aspectos fundamentales para el funcionamiento de una empresa, donde la propuesta de valor es el elemento de mayor importancia.

q) Pitch: es un discurso breve realizado usualmente por un emprendedor o la persona encargada de presentar un proyecto de negocio. El pitch está enfocado en la persuasión del interlocutor, quien puede ser un inversor o cualquier otra persona. La forma de enfocarlo es respecto al valor del proyecto que presenta el emprendedor, con el fin de que su interlocutor invierta, compre o realice otra acción deseada por el emprendedor.

r) Pivotear: concepto referido a la estrategia de ir buscando a través de la iteración un modelo de negocios repetible y escalable en uno o más mercados en particular. Un emprendimiento exitoso está relacionado con un modelo esencialmente escalable a través del pivoteo.

s) Producto Mínimo Viable (MVP por sus siglas en inglés, minimum viable product): es la versión de un nuevo producto o servicio con el mínimo de características que permite a un equipo recolectar la máxima cantidad de aprendizaje validado sobre clientes al menor coste.
En resumen, es el producto más rápido y barato que puedas construir, para llevarlo a los clientes rápidamente, y que puedas observar y medir los resultados.

t) Prototipo: es la primera versión o modelo del producto en que se han incorporado algunas características del producto final. Se crean con rapidez y a bajo costo para explorar la factibilidad del concepto preliminar. Con el prototipo es posible aprender sobre las barreras que se presentarán durante la implementación del producto y mejorarlo a partir de ahí. Prueba la funcionalidad y viabilidad de esa idea inicial para luego convertirse en un producto deseado y útil.

u)Punto Muerto (umbral de rentabilidad): en un gran número de pequeñas y medianas empresas el precio empieza a fijarse calculando el número de unidades que hay que vender para que con los ingresos totales obtenidos se puedan cubrir los gastos efectuados, esto es lo que se denomina punto muerto o umbral de rentabilidad. Esto significa el volumen de ventas realizadas a través del cual la empresa no obtiene ni beneficios ni pérdidas.
El punto muerto es aquella cantidad de ingresos que genera un margen de contribución (porcentaje sobre ventas) igual a la cuantía de costes fijos. Por encima de dicha cantidad se obtienen unos ingresos que, una vez absorbidos los costes fijos, proporcionan beneficios y por debajo del punto muerto proporcionan pérdidas.



Convertir una idea en un modelo de negocios

(y metodologías sugeridas)

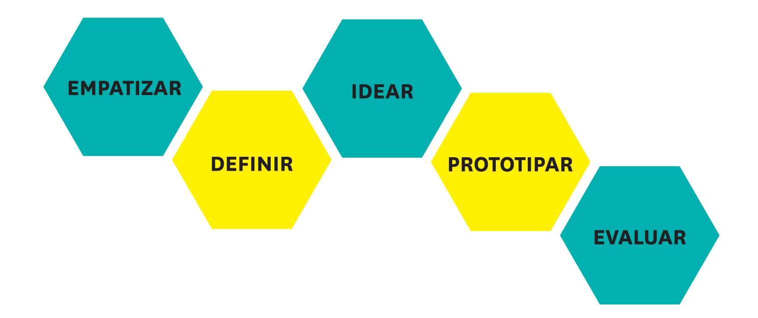
Fundar una empresa no es algo que se hace de la noche a la mañana. Hay varios pasos a seguir antes de la constitución legal, que apuntan a conocer el mercado (clientes y competidores) para predecir la probabilidad de éxito y el potencial de la idea. A esto se le llama Modelo de Negocios y es un documento que describe la visión del emprendimiento, a través de un desglose ordenado de los elementos clave del proyecto.

Aunque hay distintas metodologías de ayuda para el modelo de negocios, todas lo definen como una configuración de los recursos de la compañía y apuntan a planificar los recursos disponibles y los beneficios esperados, de manera de tener pleno conocimiento de las pautas a seguir para definir la oferta y para atraer clientes. Esta descripción se logra respondiendo 4 preguntas fundamentales: ¿Quiénes son tus clientes? ¿Cuál es tu oferta? ¿Cuál es tu infraestructura? ¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto?

II.I DISEÑO CENTRADO EN LAS PERSONAS (DESIGN THINKING)

El lean start-up usa como base inicial de creación de productos y servicios la metodología de Diseño Centrado en las Personas (DCP). Este conjunto de técnicas derivan en un proceso que se utiliza para crear soluciones nuevas para el mundo, las que incluyen productos, servicios, espacios, organizaciones y modos de interacción, entre otras.

Cuando hablamos de un proceso centrado en las personas nos referimos a que en todo momento está centrado en aquellos individuos a los que se les quiere crear una nueva solución.



El proceso DCP comienza examinando las necesidades, los sueños y los comportamientos de las personas que se verán beneficiadas por las soluciones resultantes. Se pretende escuchar y entender lo que ellas desean, lo que necesitan, a todo esto lo llamamos la “dimensión de lo que es deseable”. A lo largo de todo el proceso de diseño miramos el mundo a través de esta perspectiva. Una vez que hemos identificado lo que es deseable, empezamos a ver nuestras soluciones a través de lo que es factible y lo que es viable.

El proceso de Diseño Centrado en las Personas empieza con la identificación de un reto específico que se quiere resolver y pasa por 5 fases principales:

a) Empatizar: es la base del proceso de diseño que está centrado en las personas y los usuarios. Lo básico para ser empático es:

·Observar: mira a los usuarios y sus comportamientos en el contexto de sus vidas. Debemos siempre tratar de observar desde el exterior sin entrometernos, las mejores ideas vienen en situaciones así.

·Involúcrate: generar una conversación, esta puede ser desde una pregunta de pasillo breve o una conversación más estructurada. Prepara algunas preguntas para ir manejando la conversación siempre manteniéndola levemente estructurada. Lo importante es siempre preguntar "¿Por qué?", ya que eso descubre nuevos significados, preguntar una y dos veces si es necesario.

·Mira y Escucha: lo mejor es combinar estas dos, la conversación y el engagement. Pídele también que te explique como hace algunas cosas y que vaya vocalizando lo que pasa por su mente cuando esté en su trabajo. Ten una conversación mientras trabaja y esté en su contexto.

b) Definir: esta etapa se centraliza en traer claridad y enfoque al espacio de diseño en que se definen los conceptos. Es preciso determinar bien el desafío del proyecto basado en lo aprendido del usuario y su contexto. Después de transformarse en un experto del problema adquiriendo empatía por los usuarios, esta etapa es sobre crear coherencia sobre la variada información que se ha reunido.

El modo definición es crítico para el proceso de diseño. La meta de esta etapa es definir un Punto de Vista (PDV), es decir, crear una declaración de problema viable y significativo y que será guía para enfocarse de mejor manera a un usuario en particular. Esto se construye sintetizando la información y enfrentando el problema para hacer conexiones y descubrir patrones comunes.

Esta debe cumplir con ciertos criterios para que funcione bien:
·Enmarcar un problema con un enfoque directo.
·Que sea inspirador para el equipo.
·Que genere criterios para evaluar ideas y contrarrestarlas.
·Que capture las mentes y corazones de las personas que has estudiado.
·Que ayude a resolver un problema.

c) Idear: la generación de una gama de posibles soluciones. Durante esta etapa se busca la generación de múltiples ideas. Todas son válidas.

Es un espacio para desarrollar lluvias de ideas, mapas mentales, storyboards y otras metodologías. Se concibe una gran cantidad de ideas que dan muchas alternativas para elegir como posibles soluciones en vez de encontrar una única mejor solución.

d) Prototipar: cualquier cosa que ayude a dar respuestas que nos acerquen a la solución final, puede ser un dibujo, maqueta, etc. Por sobre todo, el prototipo debe ser la forma más rápida y barata en la que se pueda entregar, y que además nos proporcione temas de conversación con los usuarios para que estos nos ayuden con su feedback, respuestas e ideas, con la finalidad de poder mejorar la entrega final y definitiva del producto o servicio.

Este proceso debe ir progresando conforme el proyecto va avanzando, hasta que el prototipo muestre características funcionales, formales o de uso. Este debe cumplir con los mismos requisitos que la definición, ya que el prototipo es la forma física de la definición de la solución de problema.

e) Evaluar: cuando ya hemos realizado todos los pasos, es el momento de pedir respuestas y opiniones sobre los prototipos a los usuarios: aprender qué funciona y qué no funciona para mejorar las soluciones. La idea es presentar nuestro prototipo como si fuera correcto, pero evaluarlo como si estuviéramos equivocados. De esta manera podremos encontrar de forma crítica los errores y mejorar en las partes que necesitaban ser reevaluadas.

Además en este momento del proceso, podemos seguir creando empatía con el usuario mediante las conversaciones acerca de nuestras ideas y prototipos. Con todo ello a veces descubrimos que el error no estaba en el prototipo si no en la definición del problema en general.

Para poder evaluar:
·Dale a los usuarios tus prototipos sin explicar nada.
·Crea un ambiente y recrea la experiencia para tener una mejor visión del contexto.
·Deja que la persona interprete el objeto y observa tanto el uso como el mal uso de lo que le entregas y posteriormente escucha todo lo que tengan que decir y responde las preguntas que realice.
·Además puedes entregarle varios prototipos dándole la oportunidad al usuario de comparar. Esto nos dará la oportunidad de conocer las necesidades potenciales.

Durante el proceso, el equipo pasará de observaciones específicas a síntesis abstractas, para más adelante volver a lo específico mediante el diseño de soluciones concretas.

II.II. METODOLOGÍA DE CANVAS

Actualmente muy usada por emprendedores de todo el mundo, la metodología de Canvas describe de manera lógica y a través de un diagrama, cómo una organización crea, entrega y capta valor en el mercado.

Creada por el autor y conferencista suizo Alexander Osterwalder, esta metodología tiende a contemplar los aspectos clave que la organización debe tener en cuenta antes de lanzar su producto o servicio al mercado.

> "Un modelo de negocio fundamentado en la innovación se basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor". Alexander Osterwalder.

LA METODOLOGÍA DE CANVAS CONTEMPLA ÍTEMS:

1.SEGMENTOS DE CLIENTES

La segmentación de mercado define el público objetivo o target al que apunta la organización. Estos grupos se clasifican de acuerdo a cinco elementos distintivos:

·Las necesidades que requieren y justifican una oferta distinta.
·Diferentes canales de distribución.
·Diferentes tipos de relaciones.
·La rentabilidad.
·La cantidad que están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta.

Algunos ejemplos de segmentos de clientes son:
·*Mercado de masas:* el negocio se dirige a un mercado lo más amplio posible, con necesidades similares.
·*Nichos:* segmentos de mercado altamente especializados, con necesidades muy particulares.
·*Segmentados:* existen distintos segmentos de mercado, pero con necesidades similares (con ligeras variaciones).
·*Diversificados:* segmentos muy diferentes entre sí, con necesidades muy distintas.
·*Multi-segmentos:* segmentos que dependen de varios segmentos a la vez.

2.PROPUESTA DE VALOR

La base de cualquier modelo de negocios es que el producto o servicio debe agregar valor, por tanto, una de las primeras definiciones internas que debe tener una organización es su propuesta de valor y qué necesidad del mercado remedia con nuestra propuesta.

Las preguntas que debe responder este segmento son:
·*¿Qué valor ofrecen a los clientes?*
·*¿Cuál de los problemas de los clientes ayudan a resolver?*
·*¿Qué necesidades de los clientes se cumplen?*
·*¿Qué paquetes de productos y servicios se ofrece a cada segmento de clientes?*

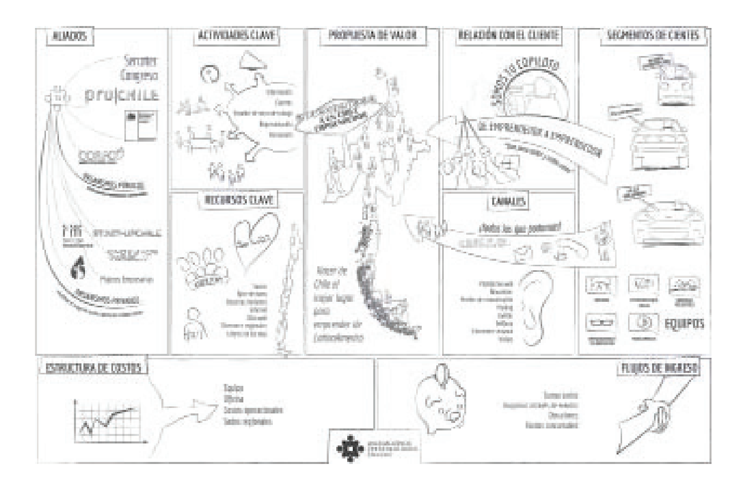
Una propuesta de valor puede ser cualitativa o cuantitativa, pero debe siempre tener en cuenta factores como la innovación, diseño, accesibilidad, usabilidad, precio (abaratar costos) y nivel de personalización (la adaptación de productos y servicios a las necesidades específicas de los segmentos de clientes escogidos).

3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Este ítem describe la manera en la que la organización de comunica y entrega valor a sus segmentos de clientes. Puede ser directa o indirecta, a través de distribuidores o agentes, y se define en función del tipo de organización. Las interfaces principales entre la empresa y los clientes son la comunicación, la distribución y las ventas.

Para rentabilizarse, los canales de distribución pasan por varias etapas de evaluación y testeo. Aquí, las variables a considerar son:

·*Notoriedad:* cómo hacemos para que la gente nos conozca.
·Evaluación: cómo ayudamos a nuestros clientes a testear nuestro producto o servicio.
·*Compra:* cómo permitimos que los clientes compren nuestro producto o servicio.
·*Entrega:* cómo entregamos la propuesta de valor a nuestros clientes.
·*Postventa:* cómo proporcionamos servicios postventa a los clientes.



4.RELACIÓN CON EL CLIENTE

Describe los tipos de relaciones que una compañía establece con sus distintos segmentos de clientes, de acuerdo a motivaciones como la adquisición y retención de clientes, y el aumento de las ventas.

Existen seis tipos de relaciones con el cliente:
a) Asistencia personal: esta relación se basa en la interacción humana, donde el cliente puede comunicarse con un representante de carne y hueso, durante o después de la venta. Habitualmente, este tipo de relación se sostiene a través de centros de llamados o por correo electrónico. Los centros de llamados requieren personal especializado, lo que tiende a encarecer la atención al cliente, por lo que usualmente, sólo las empresas grandes los tienen.

b) Asistencia personal dedicada: se asigna a una persona para la atención específica de un cliente. Normalmente se desarrolla a largo plazo (por su alto costo) y es muy frecuente en servicios de lujo.

c) Auto servicio: si bien la organización no se comunica directamente con sus clientes, esta provee todos los medios necesarios para que los clientes se ayuden de manera autónoma.

d) Servicios automatizados: es una forma más sofisticada de auto servicio, en que se automatizan los procesos, simulando una relación personal. Para esto, suele usarse la creación de perfiles personales, que proveen información sobre las preferencias y actitudes de compra de las personas. Bien empleada, este tipo de relación puede ser tanto o más eficaz que una de asistencia personal, a un costo considerablemente más bajo.

e) Comunidades: se crean comunidades en las que los usuarios se comunican entre sí. Además de permitir que se solucionen

los problemas de manera colaborativa, ese diálogo permite a la organización involucrarse con sus clientes y entenderlos de mejor manera.

f) Co-creación: aquí el valor se crea con los clientes, haciéndolos partícipes de algunos procesos del ciclo de negocios. Usualmente, este tipo de relación se emplea en el diseño de nuevos productos y no como modelo general de la organización.

5. FLUJOS DE INGRESO

Este ítem describe las fuentes de ingresos de la organización, es decir, la forma en que la empresa generará recursos para el cliente.

Esta puede tener siete fuentes:
·*Venta de activos:* los ingresos se obtienen a partir de la venta de derechos de propiedad.
·*Manejo de tarifa:* también se le llama pago por uso y es cuando los ingresos son obtenidos por el uso de algún servicio en específico. La tarifa es directamente proporcional al uso, más uso, más tarifa.
·*Suscripciones:* es la venta del acceso continuo a un servicio. Este uso continuo tiene una duración limitada, pero con posibilidad de renovación. Usualmente es mensual o anual.
·*Préstamos, alquiler, arrendamiento financiero:* es una fuente de ingresos temporal ya que sólo se utiliza el activo durante un periodo determinado a cambio de una cuota. Por ejemplo: la renta de vehículos, en la cual el prestatario tiene el beneficio de no tener gastos por un tiempo limitado como los tiene el propietario.
·*Licencias:* se otorga un permiso por utilizar la propiedad intelectual protegida a cambio de derechos de licencia sobre un producto o servicio.
·*Honorarios:* se obtienen ingresos a partir de servicios intermedios.
·*Publicidad:* se conceden espacios publicitarios físicos o virtuales a terceros.

6.RECURSOS CLAVE

Según Osterwalder, los recursos clave son aquellos que “permiten a una empresa crear y ofrecer de una propuesta de valor”.

Estos se clasifican en las siguientes categorías:
·*Físicos:* infraestructura, materiales, aparatos, redes de distribución y maquinarias, entre otros.
·*Intelectuales:* marcas, patentes y copyrights, entre otros.
·*Humanos:* es el capital humano de una empresa. Para empresas cuyo modelo de negocio se basa en las habilidades o conocimientos de sus empleados, este recurso es el más importante.
·*Financieros:* fluidez económica, líneas de crédito, stock options, capital financiero, opciones de bolsa, etc.

7.ACTIVIDADES CLAVE

Son los procesos o acciones más importantes para el desempeño de la organización.

Existen tres tipos de actividades clave:
·*Producción:* son aquellas actividades cuyo resultado es un producto, incluyendo la manufactura y el diseño.
·*Solución de problemas:* las actividades apuntan a dar solución a problemas específicos del cliente.
·*Red/plataforma:* la actividad clave se desarrolla en torno a una plataforma de servicios, como una página web, software o una red de distribución.

8.ALIANZAS CLAVE O RED DE PARTNERS

Este ítem apunta a puntualizar quiénes van a ser los socios y qué aportará cada uno de ellos, tanto desde el punto de vista de los recursos clave como de las actividades definidas en el punto anterior. Lo mismo ocurre con los proveedores y colaboradores.

Una organización busca socios para optimizar sus recursos, crear economías de escala, reducir los riesgos de la inversión y para adquirir recursos.

Según Osterwalder hay cuatro tipos de alianzas:
·*Alianzas entre no competidores:* empresas que no compiten en el mercado.
·*Cooperación entre competidores:* empresas buscando el mismo mercado negocian y coordinan acciones para obtener el mayor beneficio posible para ambas.
·*Relaciones entre comprador y distribuidor:* por medio de esta alianza, una organización se asegura la adquisición de los recursos que necesita.
·*Empresa conjunta (joint venture) para la creación de nuevos negocios:* dos o más socios participan en la creación de una nueva organización o empresa.

9.ESTRUCTURA DE COSTOS

Este ítem puntualiza los costos de operación de la empresa, empezando con el más alto (marketing, R&D, CRM, producción, etc.), y relaciona cada costo con los bloques definidos anteriormente.

Definir cuál la estructura de costos es un elemento estratégico fundamental, pues determina si se espera obtener un beneficio por volumen o por valor.

Existen cinco clases de estructuras de costos, sin embargo, hay empresas que logran generar un modelo mixto de manera exitoso:
·*Costo:* minimización de costos, dentro de lo posible.
·*Valor:* propuestas de valor premium que se centran en generar el máximo valor posible para el cliente, sin escatimar en los costos.
·*Costos fijos:* los costos son independientes del volumen de negocio.
·*Costos variables:* los costos son proporcionales al volumen de negocio.
·*Economías de escala:* se buscan crecimientos exponenciales de los ingresos, reduciendo el costo por producto a mayor volumen.

A nivel general, la metodología de Canvas es un muy buen punto de partida y ayuda al pensamiento estratégico de las organizaciones, a través de un sistema organizado que permite ver las relaciones entre los distintos aspectos de un modelo de negocios. Sin embargo, esta metodología no garantiza u anticipa algunos aspectos operativos de la empresa, sólo ofrece una noción de ellos.

II.III. METODOLOGÍA LEAN START-UP

Perfeccionada en el libro de Eric Ries, The Lean Startup, esta metodología parte de la premisa de que el elemento fundamental para el éxito de una empresa es encontrar un modelo de negocios viable y escalable mediante una serie de experimentos que sirven para aprender sobre el producto. El foco de dichos experimentos es siempre el cliente.

En términos prácticos, esta metodología consiste en el desarrollo rápido de prototipos que sirven para poner a prueba nuestras hipótesis y obtener feedback del mercado, para relacionar a los clientes con el producto, lo más rápido posible.

El Lean start-up (emprendimiento "magro") es una metodología de creación de productos y servicios basada en el aprendizaje validado, la experimentación y la iteración para lanzar nuevas versiones del producto, con el fin de acortar los ciclos de desarrollo, medir el progreso y conseguir retroalimentación de los clientes.

Esta metodología se basa en la aplicación del método lean manufacturing (manufactura "liviana", inventada por Toyota) al proceso de innovación en una empresa. Este método se utilizó para incrementar la productividad de la cadena de fabricación de vehículos en esa empresa japonesa.

La idea era aprovechar al máximo la capacidad y el conocimiento de todos los operarios que intervienen a lo largo del proceso de fabricación del automóvil, reducir el tamaño de los lotes de fabricación, la producción "justo a tiempo" o con stock mínimo y la aceleración de los tiempos de ciclo, es decir, el tiempo total que una pieza o parte tarda en ser producida.

La aplicación de este método da como resultado una reducción importante en la cantidad de deshechos y piezas defectuosas fabricadas, la capacidad de reaccionar con agilidad a cambios en el diseño y en la estrategia de fabricación, y la optimización de utilización de los recursos en toda la organización.
El lean start-up sirve para:
a) lanzar un producto o servicio con menor capital inicial.
b) evitar invertir recursos en crear productos que nadie comprará.
c) generar bases sólidas para salir al mercado.

1.Principios
a) Aprendizaje validado
Las start-ups no existen solamente para hacer cosas, ganar dinero y servir a clientes, son creadas para aprender cómo conseguir que el negocio sea sostenible. Este aprendizaje puede ser validado mediante la puesta en práctica de experimentos que permiten a los emprendedores comprobar cada elemento de la visión del negocio.
b) Construir-medir-aprender
Las actividades principales de una start-up son convertir ideas en productos, medir cómo responden los clientes y decidir si conviene hacer cambios o mantener la estrategia. Todos los procedimientos en una start-up de éxito deberían enfocarse a acelerar este proceso.

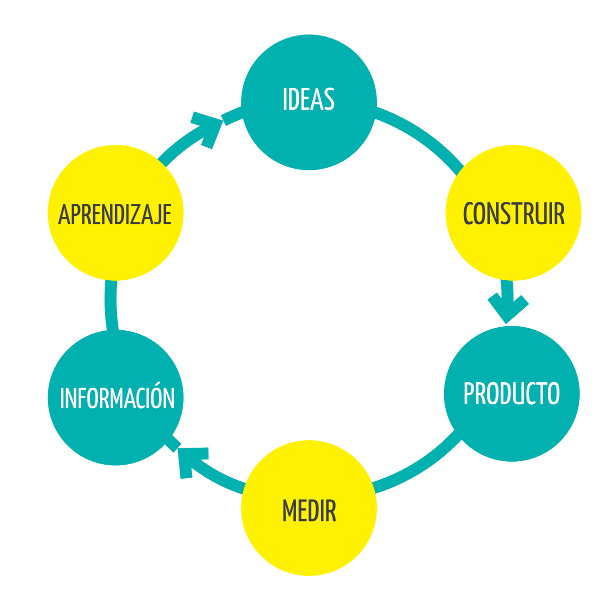
Esto reduce considerablemente los costos monetarios y emocionales de iniciar una empresa, ya que desde el primer minuto, se itera el producto con el cliente, lo que provee a la organización de un conocimiento temprano del mercado.

Para esto, la metodología Lean Startup usa un ciclo de aprendizaje, que se basa en 3 fases:

·*Construir:* consiste en construir, a través de metodologías ágiles y lo más rápido posible, un software de calidad (usable y amigable con el usuario) que permita probar y modificar el producto, de acuerdo a la respuesta y a las necesidades del cliente. Aquí es recomendable usar herramientas de software libre y tecnologías en la nube, para evitar gastar tiempo en actividades que no estén directamente relacionados con el desarrollo de la empresa.
·*Medir:* consiste en "salir de la oficina" para probar la hipótesis en el mundo real, observando y analizando el comportamiento del producto en el mercado y la respuesta de los clientes, monitoreándolos y creando pruebas de usabilidad y de escalabilidad.
·*Aprender:* absorber algunas impresiones sobre el producto, como sus cualidades y defectos, y aspectos a mejorar. En esta etapa, es conveniente usar los medios como redes sociales, para recibir feedback sobre el producto.

Este ciclo es iterativo, es decir, se genera uno al cabo de cada modificación que sufre el producto. Para ello, es importante que cada ciclo de desarrollo sea lo más corto posible. De esta manera nace el concepto de MVP o producto viable mínimo, el pilar fundamental de la metodología Lean Startup, que consiste en trabajar con una versión refinada del producto (con sus características esenciales ya definidas), con el objetivo de maximizar el aprendizaje del producto y del mercado. Cada ciclo de construcción, medición y aprendizaje debe constituir un MVP.

Uno de los objetivos de los ciclos de desarrollo y de la experimentación es saber cuándo perseverar y cuándo pivotar el modelo de negocios, cambiando la dirección del modelo de negocios. Esto se logra iterando las veces que sea necesario, escuchando a los clientes y mejorando el producto en base a su retroalimentación.



c) Contabilidad de la innovación

Para mejorar los resultados y cuantificar la innovación es necesario enfocarse en cómo medir el progreso, establecer hitos y priorizar el trabajo. Todo esto requiere un nuevo tipo de contabilidad diseñada para las start-ups y el tipo de personas que trabajan en ellas.

ALGUNOS CONSEJOS PRÁCTICOS.

Contar con un socio para la creación de en emprendimiento, puede brindarnos grandes beneficios tales como la acumulación de un mayor capital, la combinación de habilidades para y conocimientos, y la disminución del riesgo. El equipo es parte fundamental de un emprendimiento, y es importante que este sea diverso e interdisciplinario, de manera que cada uno aporte una expertise distinta.

Para evitar rencillas personales y quiebres dentro del equipo, es recomendable acordar por escrito y de antemano, las medidas que se deberán tomar ante cualquier situación que se presente. Este documento, que debe legalizarse con un abogado o en una notaría, debe estipular los derechos, obligaciones y funciones de cada socio, así como acreditar el capital que aporta cada uno y la fórmula para repartir las utilidades.

> “Para conseguir validar nuestro aprendizaje es fundamental actuar con rapidez y no esperar a tener un producto perfectamente acabado”.



III. Constituir la empresa

III.I. ESCOGER UNA FIGURA LEGAL

Una de las primeras decisiones que debe tomar un emprendedor es qué figura legal usará para constituir su empresa. Esta decisión es importante porque cada figura legal implica distintos derechos y deberes. Pero además, esta tiene que ver con el modelo de negocios, el capital, el número de socios involucrados y el instrumento de financiamiento empleado (por ejemplo, un inversionista). Sólo después de este trámite, el emprendedor puede hacer su iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos.

El primer paso para escoger una figura legal es decidir si se opta por constituir la empresa como persona natural o jurídica, lo que va a definir el régimen societario a adoptar.
a)Persona natural: las decisiones se toman de manera personal y unilateral, pero también las obligaciones, lo que implica que la empresa responde con el patrimonio personal del fundador de la empresa.

b)Persona jurídica: es la empresa y no su propietario, quien asume los derechos y obligaciones, por lo que, es la empresa misma quien asume las deudas, a través de los bienes consolidados en el ejercicio de su negocio.

La inscripción de una figura legal se hace llenando un formulario que incluye la Declaración Jurada y la Declaración de Inicio de Actividades, y que es proporcionado por la Municipalidad.

Tipos de empresa que se pueden constituir como Persona Natural

1.Empresa unipersonal o individual
Gracias a la Ley 222 de 1995, existe una figura legal que permite a una persona natural realizar actividades comerciales y operar su empresa, con su RUT personal, respondiendo ilimitadamente sobre los compromisos contraídos (es decir, incluso con sus bienes personales).

El Servicio de Impuestos Internos (SII) define esta figura legal como una "entidad integrada por el capital, dedicada a actividades industriales, mercantiles, y no está organizada como una persona jurídica, si no que se encuentra formada por una sola persona natural, se trata de una empresa individual, unipersonal".

Una Empresa Unipersonal tiene un sólo propietario o dueño, denominado micro empresario, el cual es responsable del manejo de la empresa. Ejemplos de empresas Unipersonales se dan habitualmente en el rubro de las farmacias y de los restaurantes.

2.Micro Empresa Familiar (MEF)
La MEF, regulada por la Ley Nº 19.857, es una empresa que pertenece a una o más personas naturales que realizan sus actividades empresariales en su lugar de residencia. Este tipo de empresa está normada por la ley 19.749, que establece que las labores profesionales, oficios, comercio, pequeñas industrias o talleres, artesanía o cualquier otra actividad lícita que se realizan en ese domicilio, son entonces, de prestación de servicios o de producción de bienes. Sin embargo, la ley excluye aquellas actividades consideradas peligrosas, contaminantes y molestas. En consecuencia, deben cumplirse los siguientes requisitos:
·Quien desarrolle la actividad sea legítima(o) ocupante de las casa habitación familiar (casa propia, arrendada, cedida).
·Que en ella no trabajen más de cinco trabajadoras extraños a la familia.
·Que sus activos productivos (capital inicial efectivo) - sin considerar el valor del inmueble en que funciona - no excedan las 1.000 UF.

Desarrollar una microempresa familiar es mucho más fácil para comenzar con un emprendimiento de baja escala, como un negocio de barrio. La principal ventaja es que tiene un único requisito, que es la zonificación.

Tipos de empresa que se pueden constituir como Persona Jurídica:

1.Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
Las E.I.R.L. son personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio y distinto al del titular, que realizan actividades de carácter netamente comercial (no de actividades de segunda categoría). Las EIRL están sometidas a las normas del Código de Comercio, cualquiera sea su objeto, pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las reservadas por la ley a las Sociedades Anónimas (S.A.).

La E.I.R.L. es sumamente limitada, porque si bien resguarda a la persona en caso de algún conflicto, no permite la capitalización de terceros. La administración corresponde a su propietario; sin embargo, éste puede dar poderes generales o especiales a un gerente o mandatario(s).

Para poner término a la empresa, destacan la voluntad del empresario, el término de su duración o muerte del titular, por lo tanto, si un socio quiere salirse o vender su parte, debe hacerlo con el consentimiento de los demás.

Esta figura legal es una herramienta que tiende a potenciar el desarrollo de nuevas iniciativas comerciales de pequeños empresarios, ya que les permite separar el patrimonio destinado a la actividad mercantil, del resto de los bienes que conforman su patrimonio personal. Sin embargo, es preciso aclarar que la E.I.R.L. no es una sociedad, sino una ficción legal, que permite a una persona natural actuar con dos personalidades distintas y separar su patrimonio de los activos y bienes de su empresa.

2.Sociedad Anónima (S.A)
Regida por la Ley 18.046, la sociedad anónima es una persona jurídica que nace de la constitución de un capital único aportado por los accionistas. Se le denomina anónima no porque se desconozca quién es el propietario de las acciones (porque de hecho, se conoce), sino porque las acciones son negociables y transferibles.

En una sociedad anónima, la responsabilidad de los accionistas se limita al monto de sus aportes individuales. Esta es administrada por un directorio, que debe tener al menos tres miembros y que puede ser reemplazado en cualquier momento. El presidente del Directorio es el representante legal.

La legislación chilena considera que las actividades de una sociedad anónima son siempre mercantiles, aunque ésta se haya constituido para realizar actos que de otra forma serían considerados civiles.

Para constituir una Sociedad Anónima, se debe llenar una escritura pública, que debe contener datos como el nombre, domicilio, duración de la sociedad, (que puede ser indefinida), el capital, el número de acciones y cómo ha de administrarse la sociedad. Además, un extracto de estos estatutos debe inscribirse en el Registro de Comercio. Tanto la inscripción como la publicación deberán efectuarse dentro de los sesenta días siguientes a la fecha en que se firmó la escritura.

Existen dos tipos de sociedades anónimas:

a) Sociedad Anónima Abierta: las acciones están inscritas en una Bolsa de Comercio, donde pueden transarse, y la sociedad tiene más de 500 accionistas. En ellas, a lo menos el 10% del capital pertenece a un mínimo de cien accionistas. Además, este tipo de sociedad debe inscribirse en el Registro Nacional de Valores y se somete a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros.

b) Sociedad Anónima Cerrada: No se rigen por ninguno de los principios legales mencionados anteriormente.

Para un emprendimiento de alto impacto, la Sociedad Anónima Abierta no es la figura legal más idónea, ya que ésta está pensada para empresas más grandes en términos operacionales. Son más recomendables la Sociedad por Acciones (S.P.A) o la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C), ya que permiten de manera más fácil la entrada y salida de socios. Aunque ambas son adecuadas para emprendimientos de alto impacto, la diferencia entre ellas es que la S.P.A puede ser unipersonal.

3. Sociedad Colectiva (S.C)
En una sociedad colectiva, todos los socios administran la sociedad individualmente o a través de un representante elegido, y cada uno socio es individualmente responsable de todas las obligaciones de la sociedad. El capital está conformado por participaciones sociales y la empresa no cuenta con acciones.

Para constituir una sociedad colectiva, los socios o sus representantes legales deben firmar una escritura pública, que debe contener los nombres, profesiones y domicilios de los socios, el nombre de la sociedad, que deberá ser el nombre de uno o más de los socios, seguidos por las palabras "y compañía", y el socio o los socios que administrarán la sociedad, entre otros datos. Se debe inscribir un extracto de la escritura de la sociedad en el Registro de Comercio que corresponda, dentro de un plazo de sesenta días.

Generalmente, estas sociedades están formadas por grupos unidos por intereses comunes, donde existe una relación familiar y de confianza.

4. Sociedad Comanditaria o En comandita (S en C)
Esta empresa está conformada por más de un socio y algunos de los socios (llamados comanditarios) proporcionan todo o parte del capital de la sociedad, sin derecho de administrarla. La responsabilidad de estos socios está limitada a sus aportes. Uno o más de los otros socios son designados como administradores y su responsabilidad por las deudas y pérdidas de la sociedad es ilimitada (responde incluso con su patrimonio personal).

Si el capital de los socios con responsabilidad limitada está representado por acciones, la sociedad se denomina "sociedad en comandita por acciones". De otra forma se denomina "sociedad en comandita simple".

Los requerimientos para constituir una sociedad en comandita son similares a los de la constitución de una sociedad colectiva.

5. Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)
Su característica fundamental es que sus socios responden limitadamente frente a las obligaciones y deudas de la empresa (es decir, sólo con el patrimonio de la empresa, no con el personal). Esta empresa está constituida por un mínimo de dos socios y un máximo de 20, cuyas obligaciones se limitan al capital aportado. Dicho capital está representado por participaciones (no acciones) iguales, acumulables e indivisibles, las que no pueden ser incorporadas en títulos ni valores.

La principal diferencia entre una sociedad colectiva y una S.R.L. es que la responsabilidad de cada socio se limita al monto de capital que ha aportado o a un monto mayor que se especifique en la escritura de la sociedad.

El nombre de una sociedad de responsabilidad limitada puede contener el nombre de uno o más de los socios, o una referencia al objeto social de la sociedad y debe terminar en la palabra "Limitada" (Ltda.).

También se requiere la inscripción de un extracto en el Registro de Comercio y en el Diario Oficial, dentro de sesenta días.

6. Sociedad por Acciones (SpA)
Es la más común y oportuna para emprendimientos de alto impacto. Las sociedades por acciones o SpA pueden ser unipersonales y su capital se divide en acciones, donde los accionistas responden hasta el monto de sus respectivos aportes.

Su administración se puede establecer libremente en los estatutos, es decir, puede administrarla una persona natural, una sociedad, un directorio, la junta de accionistas, etc. Además, se rigen supletoriamente por las normas de las sociedades anónimas cerradas.

	Empresa Individual Responsabilidad Limitada E.I.R.L.	Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L.	Sociedad Anónima S. A.	Sociedad por AccionesS. p. A.
Público Objetivo	Personas que buscan iniciar un negocio, sin socios.	Frecuente en empresas familiares, sociedades de profesionales y servicios. Se recomienda cuando existe una relación de confianza entre los socios.	Tienen como características principales la libertad de salida y seguridad. Son el tipo societario preferido por las medianas y grandes empresas.	Cuenta con los principales beneficios de una sociedad anónima cerrada pero pueden ser constituidas por sólo un accionista (o más). Adicionalmente, tienen la posibilidad de elegir, en el acto constitutivo, no contar con Directorio y ser administradas directamente por sólo una persona.

	Empresa Individual Responsabilidad Limitada E.I.R.L.	Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L.	Sociedad Anónima S. A.	Sociedad por AccionesS. p. A.
Responsabilidad Socios por Deudas Sociedad	Empresario responde hasta el monto del aporte comprometido a la E.I.R.L, no con su patrimonio personal (salvo actos culpables o fraudulentos).	Socios SRL responden hasta el monto de sus aportes, no con su patrimonio personal.	Accionistas S.A. responden hasta el monto de sus aportes. No con su patrimonio personal.	Accionistas S.p.A. responden hasta el monto de sus aportes. No con su patrimonio personal.
Tributación Sociedad	Tributa Impuesto Anual de 1ª Categoría Tasa 18.5%. Gran diferencia con personas naturales que pueden llegar a tributar escala progresiva de hasta 40%.	Tributa Impuesto Anual de 1ª Categoría Tasa 18.5%. Gran diferencia con personas naturales que pueden llegar a tributar escala progresiva de hasta 40%.	Tributa Impuesto Anual de 1ª Categoría Tasa 18.5%. Gran diferencia con personas naturales que pueden llegar a tributar escala progresiva de hasta 40%.	Tributa Impuesto Anual de 1ª Categoría Tasa 18.5%. Gran diferencia con personas naturales que pueden llegar a tributar escala progresiva de hasta 40%.
Tributación del Empresario o Socio	Persona residente en Chile Tributa Impuesto Global Complementario. Tabla Progresiva 0 a 40%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la E.I.R.L. Extranjero Tributa Impuesto Adicional. Tasa Unica 35%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la E.I.R.L.	Persona residente en Chile Tributa Impuesto Global Complementario. Tabla Progresiva 0 a 40%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la SRL. Extranjero Tributa Impuesto Adicional. Tasa Unica 35%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la SRL.	Persona residente en Chile Tributa Impuesto Global Complementario. Tabla Progresiva 0 a 40%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la S.A. Extranjero Tributa Impuesto Adicional. Tasa Unica 35%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la S.A.	Persona residente en Chile Tributa Impuesto Global Complementario. Tabla Progresiva 0 a 40%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la S.p.A. Extranjero Tributa Impuesto Adicional. Tasa Unica 35%. MENOS el 18.5% con que haya tributado la S.p.A.
Constitución	Sólo 1 persona natural. E.I.R.L. Requiere escritura pública	Mínimo 2 personas naturales o jurídicas. Máximo 50 socios SRL Requiere escritura pública	Mínimo 2 personas naturales o jurídicas S.A. Requiere escritura pública	1 o más personas naturales o jurídicas. Máxima 499 ó 99 con 10% del capital S.p.A. Requiere escritura pública o privada con firmas autorizadas por Notario

	Empresa Individual Responsabilidad Limitada E.I.R.L.	Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L.	Sociedad Anónima S. A.	Sociedad por AccionesS. p. A.
Gestión o Administración	Empresario E.I.R.L. o gerente (s) designado (s) por Empresario E.I.R.L.	Uno o más Socios Administradores de la SRL o un Administrador no Socio designado (s) en pacto social	Directorio S.A. elegidos por Junta de Accionistas Gerente (s) designado (s) por Directorio	Directorio S.p.A. (como en una S.A.) o uno o más administradores (como una SRL)
Mantenimiento	Documentación contable y tributaria de la E.I.R.L.	Documentación contable y tributaria de la SRL	Documentación contable y tributaria de la S.A. Sesiones Directorio Juntas de AccionistasRegistro de Accionistas	Documentación contable y tributaria de la S.p.A. Registro de Accionistas
Entrada y salida del Negocio Venta de Derechos o Acciones	Si entra nuevo (s) socio (s) deberá transformarse en una sociedad de cualquier otro tipo.	Venta de derechos de una SRL a un socio nuevo requiere acuerdo unánime de todos los socios.	Venta de acciones de una S.A. no requiere autorización del resto de los accionistas.	Venta de acciones de una S.p.A. no requiere autorización del resto de los accionistas.

III.II. ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD

Para constituir una sociedad, hay que contactarse con un abogado u otro experto para redactar y firmar la Escritura de Constitución de Sociedad. Este trámite requiere la presencia de todos los socios de la empresa, los que deben llevar su cédula de identidad.

Costo: Los abogados tienen cada uno sus propias tarifas. Sin embargo, el promedio ronda los $200.000.

III.III. LEGALIZACIÓN Y EXTRACTO DE LA ESCRITURA

Tras obtener la escritura firmada por el abogado, todos los socios deben presentarse en una notaría para legalizarla, acompañados de sus cédulas de identidad. Ya timbrada la escritura, el notario les entregará un extracto notarial de dicho documento, para que sea publicado en el Diario Oficial.

Costo: La ley establece un cobro del 0,1% del capital inicial, sin embargo, las notarías incorporan otros gastos como el número de copias y los extractos que después se publican en el Diario Oficial, por lo que el costo del trámite puede aumentar considerablemente. Por ejemplo, si el capital inicial de una empresa es de $1.000.000, en vez de pagar $1.000, puede llegar a pagar $10.000.

LEY DE EMPRESAS EN UN DÍA

Hoy puedes constituir tu negocio en forma rápida, segura y a costo prácticamente $0, a través de la ley de empresas en un día que se puso en marcha en mayo de 2013. Para ello, sólo debes ingresar al portal www.tuempresaenundia.cl y seguir los pasos requeridos.

El proceso para constituir tu sociedad a través de un abogado, ir a notaría, realizar la inscripción en el Diario Oficial y hacer el registro de comercio en el Conservador de Bienes Raíces aún se realiza y funciona en forma paralela. Sin embargo, el nuevo mecanismo reduce considerablemente el tiempo, pasando de 2 meses a 1 día; y se genera un ahorro de entre $200.000 y $ 800.000 por el trámite.

I.ANTECEDENTES

•Proyecto aprobado en enero de 2013
•1 millón de emprendedores serán beneficiados
•Ya se han creado más de 50 mil pymes con este sistema
•Antes: 45 días promedio / trámite presencial / $250.000 y $850.000
•Ahora: 1 hora / trámite online / costo $0
•A un año de entrar en vigencia esta ley, los emprendedores se han ahorrado $10 mil millones en trámites y 400 años de burocracia.

II.REQUISITOS

•Registrarse previamente en el sitio web www.tuempresaenundia.cl

Cualquier persona puede registrarse e ingresar datos en los formularios, pero sólo los socios de la empresa podrán firmar dichos documentos. Debe tener carné de identidad a la vista.

•Firma electrónica avanzada

Los socios deben contar con Firma Electrónica Avanzada (FEA) para firmar los formularios. Si no cuentan con una, podrán adquirirla con alguno de los proveedores acreditados: www.acepta.com, www.e-sign.cl, www.e-certchile.cl, www.certinet.cl, www.paperlessla.com.

•Es un dispositivo tipo pendrive, llamado Token.
•Contiene información encriptada con antecedentes.
•Contiene una clave privada.
•Es diferente a la firma electrónica simple del Portal MiPyme.
•El dispositivo tiene un valor de $40.000 + IVA.
•La Firma Avanzada tiene un valor aprox. de $20.000 + IVA.

•En caso de no contar con Firma Electrónica Avanzada

Si los socios no cuentan con Firma Electrónica Avanzada (FEA) deberán anotar el Nº de atención y presentarlo ante notario. Este último deberá descargar e imprimir un documento preparado por sistema, el que deberá ser suscrito por los socios con sus firmas manuscritas. Tras ello, el notario procederá a firmar el documento con su Firma Electrónica Avanzada (FEA). Este trámite tiene un valor de $6.000 por evento. Esto significa, por ejemplo, que tendrá el mismo valor que firmen 1 ó 49 socios, en la caso de la composición de una SRL.

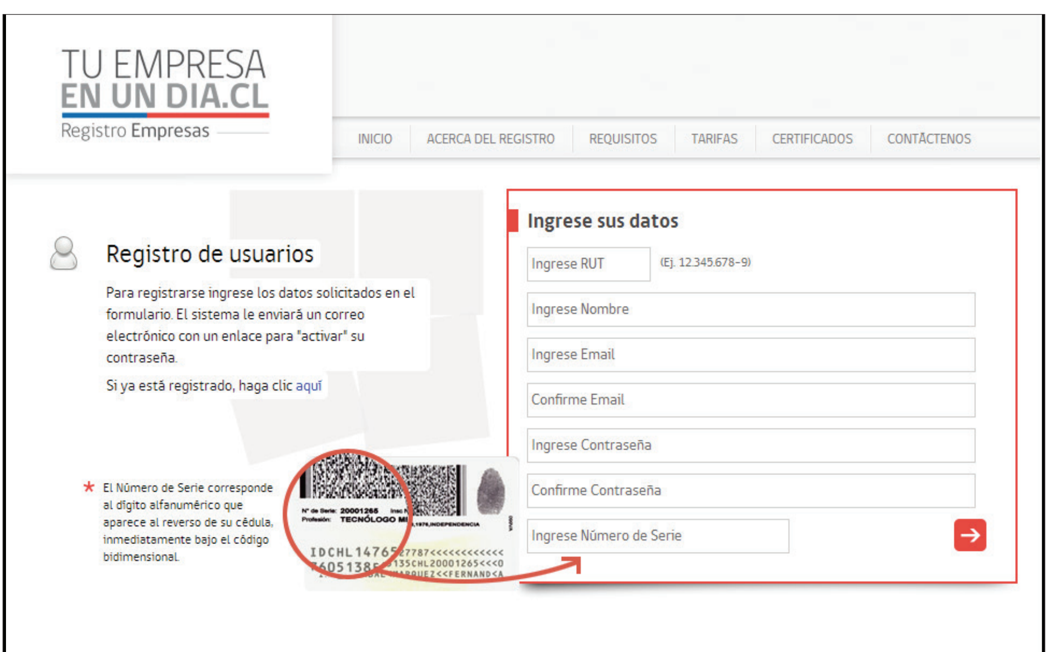
PASOS A SEGUIR:



1.



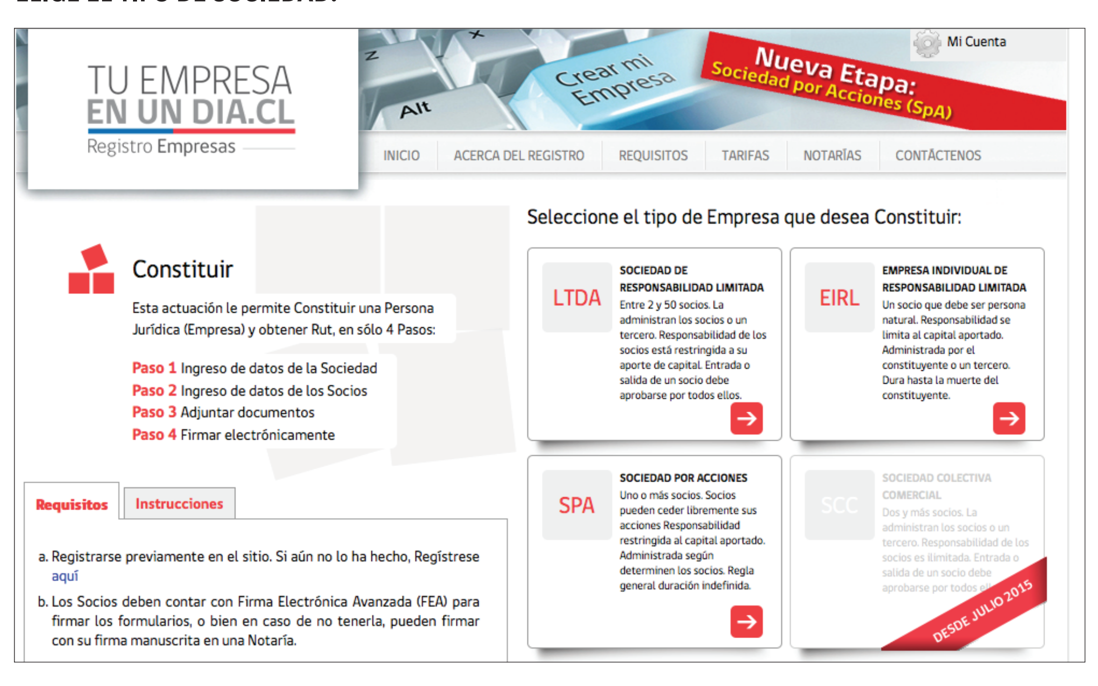
2. **SI NO TIENES CUENTA, REGÍSTRATE COMO USUARIO:**



3. ELIGE QUÉ TRÁMITE QUIERES HACER:

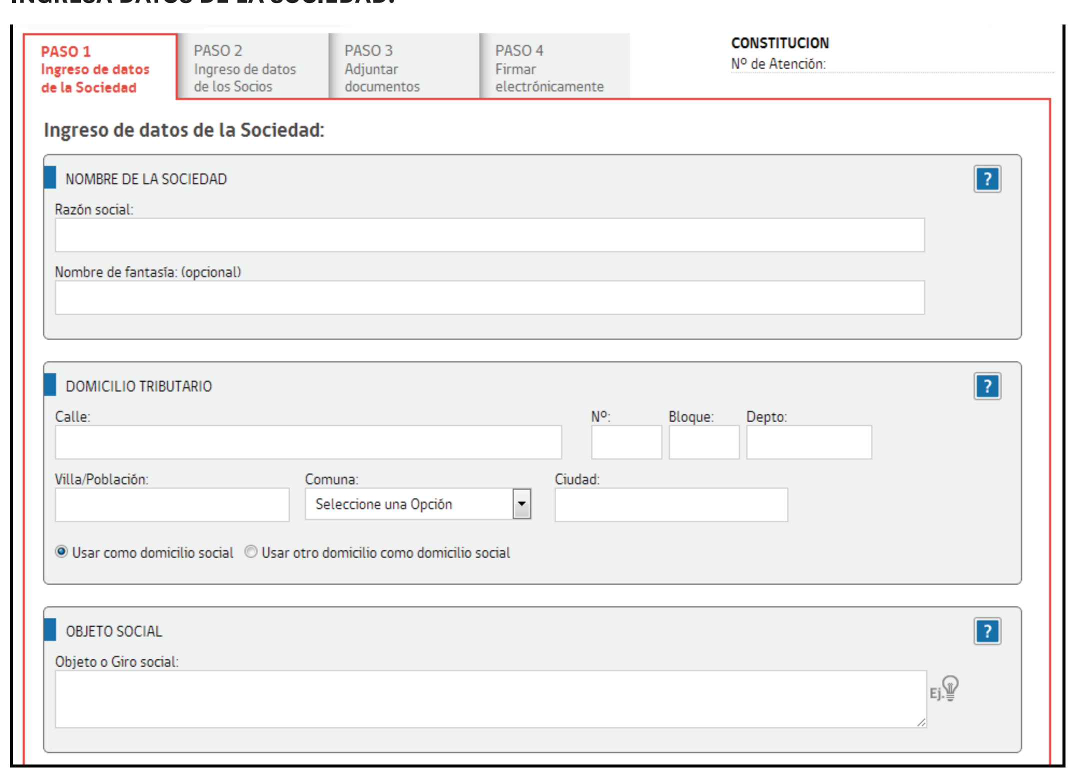


4. ELIGE EL TIPO DE SOCIEDAD:



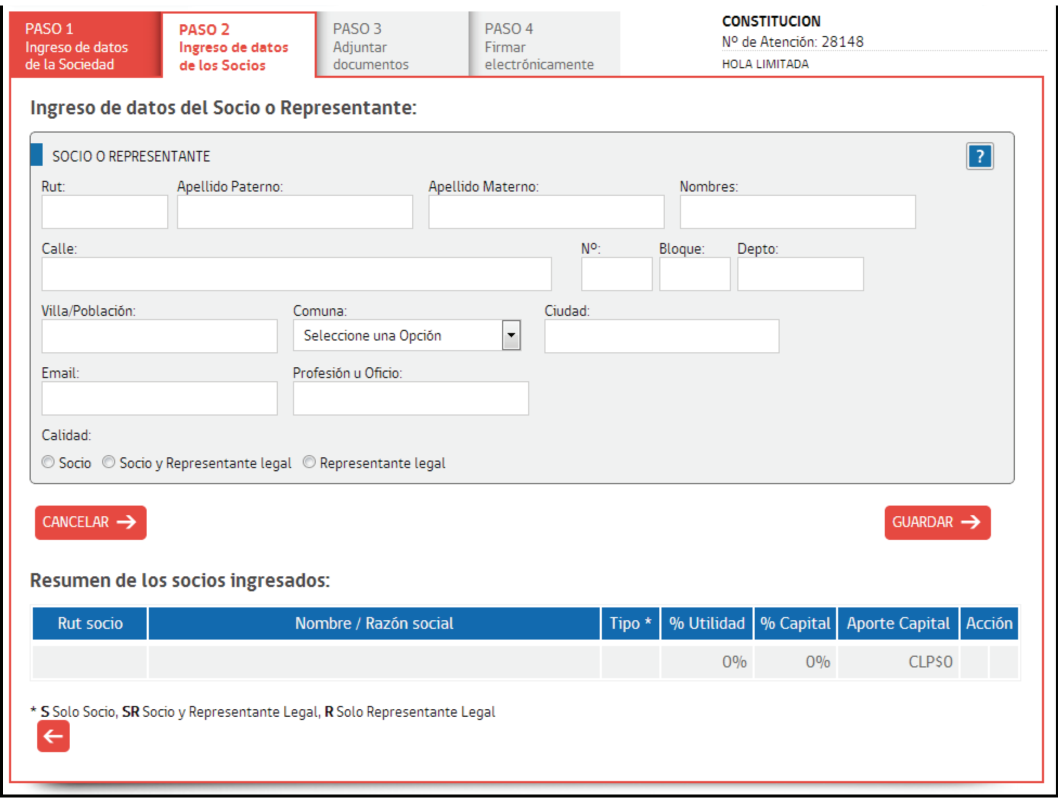


INGRESA DATOS DE LA SOCIEDAD:





DATOS DEL SOCIO SOLICITANTE:



7. SI TIENES FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA:





8. PROCESO FINAL:



·Con la finalización de este proceso ya tendrás tu escritura.
·El Nº de RUT es el definitivo de la empresa, el que puede ser impreso de forma momentánea, pues el plástico (RUT físico) te llegará posteriormente.
·No obstante lo anterior, ya estarás en condiciones de que te facturen.
·Al final de la página encontrarás el botón para imprimir tus datos.



SI NO TIENES FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA:
Si los socios no cuentan con Firma Electrónica Avanzada (FEA) deberán anotar el Nº de atención y presentarlo ante notario. Este último deberá descargar e imprimir un documento preparado por sistema, el que deberá ser suscrito por los socios con sus firmas manuscritas. Tras ello, el notario procederá a firmar el documento con su Firma Electrónica Avanzada (FEA). Recuerda que este trámite tiene un valor de $6.000 por evento.

IV. TE RECOMENDAMOS

Aunque el sistema no pide ingresar el estado civil de los socios, es necesario incluirlo dado que te lo solicitarán con posterioridad en diferentes trámites:

1. Si es soltera(o) o viuda(o), se deberá acompañar declaración jurada ante notario apoyada por dos testigos que certifiquen su condición.

En el caso de las mujeres:
2. Si se encuentra casada bajo régimen de separación de bienes, deberá acompañarse certificado de matrimonio actualizado.

3. Si se encuentra casada en sociedad conyugal, deberá acreditarse que poseía un patrimonio propio al momento de constituir la sociedad. Se podrá acreditar mediante documentos que prueben que ejerce o ha ejercido un trabajo separado de su marido, por ejemplo, certificado de sueldos, declaración de impuestos, patentes, etc. En caso contrario, el cónyuge de la socia deberá ratificar lo obrado por ésta mediante escritura pública que la autorice para tal efecto.

V. IMPLEMENTACIÓN

TIPO DE SOCIEDAD	CONSTITUIR	MIGRAR
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mayo 2013	Octubre 2013
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Octubre 2013	Octubre 2013
Sociedad por Acciones	Junio 2014	Junio 2014
·Sociedad Colectiva Comercial ·Sociedad en Comandita Simple ·Sociedad en Comandita por Acciones	Junio 2015	Junio 2015
·Sociedad Anónima Cerrada ·Sociedad Anónima de garantía Recíproca	Junio 2016	Junio 2016

III.IV. INSCRIPCIÓN DE LA SOCIEDAD EN EL REGISTRO DE COMERCIO DEL CONSERVADOR DE BIENES RAÍCES

Se realiza directamente en el Conservador de Bienes Raíces, entidad dependiente de la Corte de Apelaciones de Santiago y de las Cortes de Regiones. Este trámite puede ser realizado por los socios o sólo por el Representante Legal, debiendo concurrir a las oficinas del Conservador de Bienes Raíces correspondientes al domicilio de la sociedad, donde debe presentar dos extractos de la Escritura de Constitución de Sociedad y llenar el formulario Nº 2 que se debe solicitar en la misma oficina.

La inscripción demora, dependiendo de la oficina donde se realice, entre 3 y 7 días hábiles, y su costo está sujeto a la tasación de la sociedad, basándose, entre otras cosas, en su capital inicial. Después de hacer la inscripción de la Sociedad en el Registro de Comercio, se debe concurrir nuevamente a las oficinas del Conservador de Bienes Raíces a retirar la "Protocolización" de la Sociedad (Fojas, Número de Inscripción y Año), que es la formalización de la escritura. Actualmente, este el retiro de la protocolización se puede hacer por Internet en algunas comunas de Santiago.

Costos: Los valores fluctúan entre un valor base de $ 5.500 más 0,2% del capital. En general, el costo mínimo es de $6.000 y el máximo de $300.000 (valor impuesto por ley).

III.V. PROTOCOLIZACIÓN EN NOTARÍA

Este proceso no es obligatorio pero sí muy útil. Consiste en llevar a la notaría todos los documentos hasta ahora obtenidos para que se genere un archivo que dé cuenta de los trámites efectuados. Para mayor seguridad se guarda una copia en la misma notaría.

Costo: El valor de la protocolización varía según el Conservador de Bienes Raíces y según la comuna. Dicho valor oscila entre los $3.000 y los $10.000.

III.VI. PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL

El Diario Oficial es el órgano del Estado encargado de la publicación de las normas jurídicas que rigen en el país, con lo que una Sociedad adquiere personalidad jurídica legal luego de su publicación en este medio.

La publicación del Extracto de la Escritura en el Diario Oficial, puede ser realizada por un socio o por el Representante Legal de la empresa, quien debe concurrir a las oficinas del diario La Nación con el Extracto protocolizado de la Escritura. Este trámite debe realizarse dentro de 45 días contados a partir de la fecha registrada en la Escritura de la Sociedad.

El proceso de publicación puede tardar entre 3 y 10 días hábiles. Se recomienda comprar dos o tres copias del Diario Oficial, ya que es un respaldo de la legalidad de la sociedad y que puede ser requerido en trámites posteriores.

Costo: Este trámite tiene un costo aproximado de $80.000 (se cobra $32 por caracter o letra).

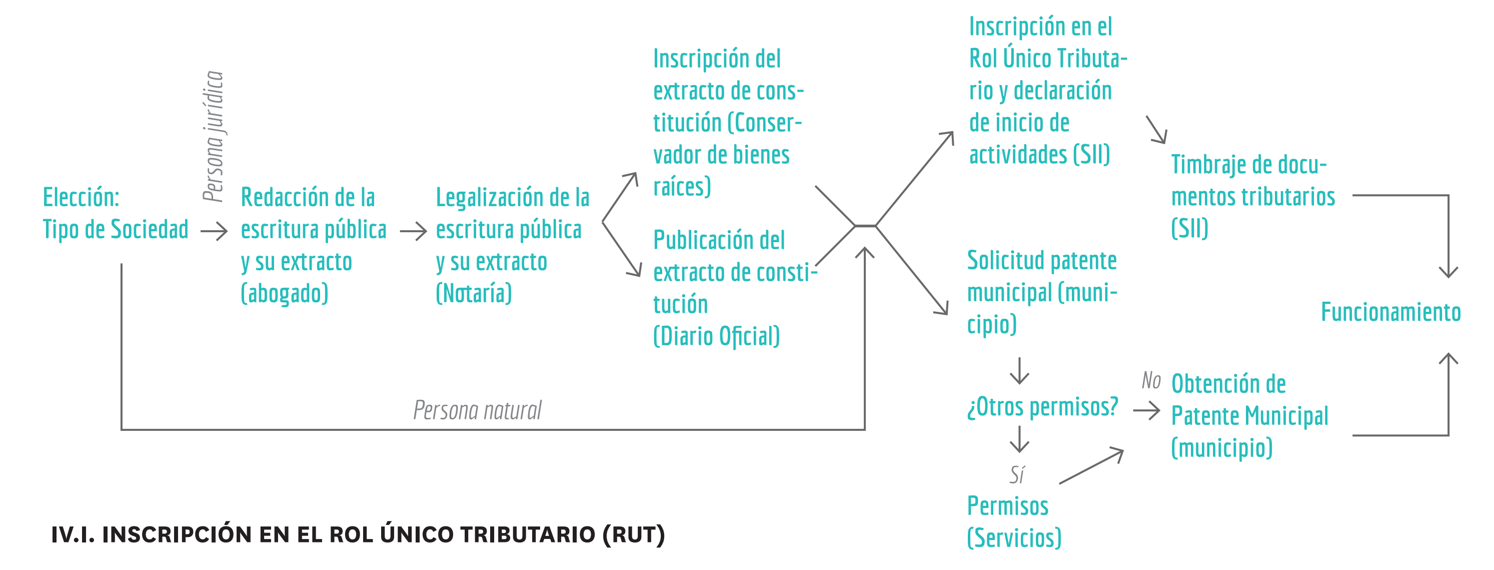
LOS COSTOS DE EMPRENDER

Según datos de la Cámara Nacional de Comercio, los costos de crear una empresa pueden agruparse básicamente en cinco o seis grandes ítems, de los cuales tres son los más importantes: la constitución de sociedad, la autorización sanitaria correspondiente y la obtención de la patente comercial. En el caso de la creación de una empresa en el rubro industrial, estos tres ítems representan más del 90% del costo total.

En términos de número de días, estos procedimientos pueden tardar alrededor de 6,5 meses (130 días hábiles) en el caso de la creación de una empresa del sector industrial, en tanto que para una empresa comercial que incluya alimentos perecibles, este período es de 5,3 meses (110 días). Los costos se reducen en forma importante cuando se trata de empresas que no están asociadas a alimentos perecibles, en cuyo caso el tiempo cae a 3,8 meses (76 días).

IV.

Aspectos tributarios



IV.I. INSCRIPCIÓN EN EL ROL ÚNICO TRIBUTARIO (RUT)

El RUT es un número único chileno, que fue establecido como identificación tributaria para personas naturales y jurídicas. En el caso de las empresas, la asignación de este registro, su mantención y permanente actualización está a cargo del Servicio de Impuestos Internos.

Para obtener el RUT en el SII hay que llevar:
·Formulario 4415.
·Escritura de Constitución certificada por notario.
·Extracto de la Escritura de Constitución.
·Inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces.
·Publicación en el Diario Oficial.

Las personas naturales o micro empresas familiares no necesitan inscribirse en el Rol Único Tributario porque pueden iniciar actividades con su RUT personal.

IV.II. INICIACIÓN DE ACTIVIDADES EN EL SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS

La solicitud de inscripción en el Rol Único Tributario es un trámite que se realiza en cumplimiento a lo señalado en el artículo 66 del Código Tributario y se solicita simultáneamente con el aviso de Inicio de Actividades.

La declaración de iniciación de actividades es una declaración

jurada formalizada ante el Servicio de Impuestos Internos sobre el comienzo de cualquier tipo de negocios o labores susceptibles de producir rentas gravadas en la Ley de la Renta. Este trámite se realiza para iniciar legalmente toda actividad productiva comercial, además marca el inicio de las obligaciones como contribuyente sujeto a impuestos.

El plazo para presentar la declaración de iniciación de actividades es de dos meses, a partir del inicio de las actividades. Este trámite se puede realizar a través de Internet, en la sección Registro de Contribuyentes, o en la unidad del servicio correspondiente al domicilio de la persona que lo solicita. Este es un trámite obligatorio para quienes inicien actividades económicas, comerciales o profesionales, las cuales se dividen en dos categorías, de acuerdo al tipo de renta o ingreso que obtengan y que, en general, se clasifican en:

1. Primera Categoría: todas aquellas actividades que obtienen su renta del capital y/o de actividades comerciales, industriales, mineras, de transporte, etc.

2. Segunda Categoría: actividades que obtienen su ingreso de las rentas del trabajo, como las Sociedades y/o Servicios Profesionales.

Antes de proceder a la Iniciación de Actividades es importante tener claridad en la descripción y códigos correspondientes al giro de la Empresa (en la página web del SII se detallan los códigos para cada uno de los 18 sectores de actividad económica y los subsectores asociados a ellos). Cabe señalar que una empresa puede tener más de un giro, los cuales deben ser claramente especificados, así como también puede realizar actividades de ambas categorías simultáneamente.

IV.III. TIMBRAJE DE DOCUMENTOS

Es el procedimiento para legalizar los documentos que acreditarán y respaldarán las operaciones comerciales que se hagan:
- Boletas de ventas y servicios.
- Boletas de honorarios.
- Boletas de prestación a terceros.
- Facturas.
- Notas de crédito.
- Notas de débito.
- Guías de despacho.
- Contabilidad en hojas sueltas con numeración única.
- Rollos de máquinas registradoras.
- Entradas de espectáculos.
- Letras de cambio.
- Pagarés.
- Liquidaciones.
- Libros de contabilidad empastados.
- Facturas exentas de IVA (Impuesto al Valor Agregado).

Para hacer el timbraje, el representante legal debe ir a la oficina del SII con los documentos a timbrar, el carnet de identidad, el formulario 3230 (de timbraje de documentos, que se consigue en la oficina o en el sitio del SII) lleno y la última declaración mensual de IVA.

Otra alternativa es emitir boletas o facturas electrónicas a través de Internet. Para ello debe suscribirse en el sistema de facturación electrónica del SII y realizar timbraje electrónico.

IV.IV. CONTABILIDAD Y DOCUMENTOS TRIBUTARIOS

Toda empresa constituida legalmente comienza su obligación tributaria una vez que inicia sus actividades, lo que implica –según el tipo de empresa- lidiar con documentos Boletas de Honorarios, Facturas, Boletas de Venta, Libros Contables, etc.

1. Boleta de honorarios: Es el documento tributario que le corresponde a los profesionales independientes o sociedades de profesionales mediante el cual declaran su renta y el impuesto correspondiente ante el SII. En este caso, el SII o el empleador retienen el 10% del monto a pagar, el que se devuelve al beneficiario de la boleta de honorario en abril de cada año.

Actualmente existen dos formatos disponibles para este documento, el físico (mediante un talonario que se deberá solicitar en una imprenta, de acuerdo a los requisitos del SII) y electrónico, el que se emite a través del sitio web del SII.

2. Factura: Es el documento tributario que acredita y describe los pormenores de una operación de compraventa de un producto o prestación de un servicio, que debe reflejar la entrega, la fecha de recibo y el monto a pagar por dicho producto o servicio. Además, la factura reemplaza a la boleta en las transacciones de una organización o negocio, para efectos impositivos.

En términos tributarios, una factura es un documento mediante el cual se genera un Débito Fiscal correspondiente a la recaudación del IVA y quien lo recibe descuenta el impuesto pagado mediante el Crédito Fiscal.

Existen distintos tipos de facturas, dependiendo de los requerimientos del giro de la empresa:
•Factura de Venta.
•Factura de Compra.
•Factura de Exportación.
•Factura de Venta Exenta a Zona Franca Primaria.
•Factura no Gravada o Exenta de IVA.

Para la emisión de una factura se requiere de la autorización expresa del SII, quien antes evaluará y verificará que todos los papeles de la empresa estén en orden.

Al igual que las boletas de honorarios, este documento puede ser emitido tanto en formato físico como electrónico.

3. Boleta de Compraventa: Es el documento tributario para actividades de Primera Categoría que da cuenta de la situación de agente retenedor de IVA (que actualmente en Chile es el vendedor) al contribuyente. La elaboración del documento debe ser encargada a una Imprenta para su posterior legalización ante el SII. Esta, a diferencia de la Factura, sólo genera un Débito Fiscal para quien la emite.

4. Libros contables: Estos documentos permiten llevar un registro contable de la empresa, hacer el balance anual y respaldar sus transacciones ante el SII. Dependiendo del tipo de empresa y de la categoría del contribuyente, se deberá contar con libros auxiliares, de remuneraciones, de compra/venta, etc.

a) Libro Auxiliar: es un libro complementario a los principales libros de contabilidad. Su función es registrar todas las operaciones que le son propias y centralizarlas en el Libro Diario mediante un solo asiento contable. Existen, entre otros, los siguientes libros auxiliares: Caja, Remuneraciones, Retenciones, Clientes, Compra y Ventas, etc. (Fuente: SII).

b) Libro Auxiliar de Remuneraciones: es un libro obligatorio para todo empleador con cinco o más trabajadores, en el que se deberá llevar un registro de las remuneraciones y ser timbrado por el Servicio de Impuestos Internos. Las remuneraciones que se encuentren en este libro serán las únicas que podrán considerarse como gastos por remuneraciones en la contabilidad de la empresa. (Fuente: SII). (Fuente: SII).

c) Libro de Compra y Ventas: es un libro obligatorio para los contribuyentes afectos al Impuesto al Valor Agregado (IVA), en el que se deberá llevar un registro cronológico de las compras y ventas y ser timbrado por el Servicio de Impuestos Internos. Es un libro obligatorio para los contribuyentes afectos al Impuesto al Valor Agregado (IVA), en el que se deberá llevar un registro cronológico de las compras y ventas y ser timbrado por el Servicio de Impuestos Internos. (Fuente: SII).

d) Libro FUT: el Fondo de Utilidades Tributarias es un libro especial de control que deben llevar los contribuyentes que declaren rentas efectivas en primera categoría, demostradas a través de contabilidad completa y balance general, en el cual se encuentra la historia de las utilidades tributables y no tributables, generadas por la empresa, las percibidas de sociedades en que tenga participación, los retiros de utilidades tributarias efectuados por sus dueños o socios y los créditos asociados a dichas utilidades. Dicho libro debe ser timbrado por el Servicio de Impuestos Internos y su implementación es obligatoria para los contribuyentes indicados anteriormente. (Fuente: SII).

e) Libro Diario: registro contable en el que se anotan todas las transacciones en forma cronológica. Está compuesto por el debe y el haber, donde se anotan los nombres de las cuentas debitadas y acreditadas con sus respectivos montos. (Fuente: SII).

f) Libro Mayor: resumen del movimiento de cada una de las cuentas del Libro Diario. Este resumen arroja un saldo deudor o acreedor por cuenta, el cual es trasladado posteriormente al balance. (Fuente: SII).

Estos libros pueden ser adquiridos en cualquier comercio, sin embargo, deben legalizarse mediante un timbraje en el SII. Además, la entidad ofrece la posibilidad de llevar el registro contable en formato digital. Solo debe hacerse una solicitud para acogerse al modelo de Libros Contables Electrónicos y presentar algunos documentos solicitados por el SII.

EL DOMICILIO COMERCIAL Y TRIBUTARIO

Para hacer la inscripción en el RUT es necesario contar con un domicilio comercial, distinto al domicilio personal del representante legal de la empresa. Para aquellas empresas que no cuentan con una oficina física, existe la alternativa de las oficinas virtuales, empresas que a través del pago de una membresía, ofrecen un domicilio para la inscripción. Algunas de ellas, además, ofrecen espacios físicos de trabajo, para reuniones o sesiones de trabajo.

Otra alternativa, para quienes aun no tienen recursos para arrendar una oficina o un local de manera permanente, son los centros de coworking, que son oficinas compartidas, donde también se paga una membresía. Cada oficina tiene distintos precios y planes (part time, full time, etc.), y cuentan con espacios comunes, como salas de reuniones, cocina, etc. Algunas oficinas de co working en Chile son:

•Co Work (Santiago), www.co-work.cl.
•Urban Station (Santiago), www.enjoyurbanstation.com
•Personal Office (Santiago), www.personaloffice.cl
•XYZ (Santiago), www.xyzcoworking.cl
•La Nube (Valdivia), www.lanubevaldivia.com.
•Co Work Araucanía (Temuco), www.facebook.com/CoworkAraucania

IV.V. EL PAGO DE IMPUESTOS
Todos quienes emprendan una actividad económica deben declarar y pagar impuestos según la actividad económica que desarrollen. En el caso de las pymes, los impuestos que puede tener que declarar y pagar mensualmente son:

1.Impuesto al valor agregado (IVA)
El IVA es el principal impuesto de consumo que existe en Chile y grava con una tasa de 19% las ventas de bienes corporales muebles e inmuebles, importaciones y servicios. Los exportadores están exentos del IVA por las ventas que efectúen al exterior, otorgándoseles el derecho de recuperar el IVA recargado en la adquisición de bienes o utilización de servicios destinados a su actividad de exportación.

El IVA se debe declarar y pagar mensualmente, ya sea a través de Internet o con el formulario 29 en la oficina del SII correspondiente a la comuna. Además, el sitio web del SII lanzó un software gratuito que permite hacer la declaración mensual de manera más expedita.

2.Pagos provisionales mensuales (PPM)
Los PPM son un adelanto del pago obligatorio del impuesto a la renta que corresponde declarar el mes de abril de cada año. En el caso de las empresas que recién están partiendo, el monto de estos pagos equivale al 1% de los ingresos obtenidos a la fecha.

En el caso de que la empresa tuviera pérdidas en lugar de ganancias, podrá suspender el PPM de manera trimestral, hasta que produzca alguna utilidad.

Además de pagar obligatoriamente los PPM, se pueden efectuar pagos provisionales voluntarios por cualquier cantidad, ya sea de manera esporádica o permanente, durante cualquier día hábil del mes en Tesorería.

3.Declaración de impuestos
Este procedimiento se usa para declarar impuestos como renta a personas sin domicilio o residencia en Chile y para aquellos contribuyentes que se dediquen al comercio de combustibles, tabacos y juegos de azar, entre otros. Se hace a través del formulario 50 del SII.

4.Retenciones de segunda categoría
Es el pago del 10% que se les retiene mensualmente a los trabajadores a honorarios, que les es devuelto –a través de la devolución de impuestos- en abril o mayo de cada año.

5.Operación Renta
Es el proceso por el cual las empresas y las personas naturales, según la Ley de Renta, deben declarar y pagar sus impuestos. La operación se efectúa una vez al año, durante el mes de abril, y se realiza con las transacciones realizadas durante el año anterior.

Quien reciba una factura de inicio por adquirir un bien o servicio que deba pagar IVA, deberá también pagar este impuesto, a través del formulario 22 del SII. Existen tres vías para declarar impuestos a través del formulario 22:

1.Utilizando una propuesta de declaración confeccionada por el propio SII en el caso de ciertos contribuyentes (principalmente, contribuyentes de Impuesto de Primera Categoría que tributan bajo ciertos regimenes especiales), la cual se basa en la información que posee de sus ingresos;

2.Mediante la confección del formulario 22 (en papel o electrónico).

3.Mediante un software comercial.

Todos estos formularios (para estos cinco procesos) pueden descargarse de www.sii.cl. Sin embargo, la impresión de los formularios que se muestran en Internet, no se puede utilizar para presentar las declaración en las instituciones autorizadas, solo sirven para familiarizarse con el cuestionario.

V.

Permisos

Esta etapa de creación de una empresa contempla aspectos tan importantes como el lugar físico donde se va a operar y el cumplimiento de las condiciones estructurales, sanitarias y ambientales necesarias para ejercer el giro. La obtención de estos permisos es necesaria para obtener la Patente Comercial.

No todas las empresas deben someterse a estos permisos, todo va a depender de la actividad y del rubro. Los permisos deben solicitarse en la municipalidad y son los siguientes:

1. Certificado de Informaciones Previas: este permiso debe solicitarse solo si se quiere edificar e indica el uso de suelo donde se edifica, permitiéndote saber si puedes instalar tu negocio en una zona determinada. El trámite puede tener una duración de entre 7 a 15 días hábiles (dependiendo del municipio) y su valor fluctúa entre los $ 3.000 y los $ 5.000.

2. Certificado de Calificación Técnica: califica los aspectos técnicos de la actividad y del inmueble, e indicará los posibles riesgos. Este permiso se requiere para regularizar o construir el inmueble donde se ubicará la actividad y lo solicita la dirección de obras de la municipalidad respectiva para otorgar el permiso de edificación. El certificado de calificación técnica es de duración indefinida, excepto en situaciones como ampliación o cambio de giro.

3. Certificado Municipal de Zonificación: este documento, entregado por la Dirección de Obras de la municipalidad respectiva, especifica los antecedentes de zonificación de un lugar, es decir, uso de suelo y exigencias para las construcciones en una determinada zona. Para obtenerlo, el representante legal debe ir a la Seremi de Salud o al Servicio de Salud correspondiente al domicilio de la sociedad y retirar una Solicitud de Informe Sanitario. Su costo oscila entre los $1.000 y los $3.000.

4. Autorización Sanitaria: mediante este documento el Seremi de Salud o la Autoridad Sanitaria de cada comuna autoriza la realización de una actividad secundaria (transformación de materias primas) o terciarias (comerciales) dentro de la comuna. La tramitación tiene una duración aproximada de 15 días hábiles y un costo que varía según el rubro, más un 0,5% del capital inicial declarado.

5. Trámite Cero: para el caso de empresas consideradas eco amigables o de bajo riesgo ambiental o sanitario, la Autoridad Sanitaria tiene la obligación de hacer el Trámite Cero, en el cual se compromete a entregar el certificado de Autorización Sanitaria en un plazo no mayor a 1 hora. Para obtenerlo, el representante legal deberá ir a las oficinas del Seremi de Salud y solicitar los formularios "Declaración de Cumplimiento de Requisitos Sanitarios" y "Trámite Cero". Los valores están entre los $7.000 hasta los $72.000 (más el 0,5% del capital declarado), dependiendo de la actividad.

6. Certificado de Calificación de Actividad Industrial: para que la municipalidad pueda otorgar una patente definitiva para la instalación, ampliación o traslado de industrias, se debe solicitar a la Autoridad Sanitaria un informe que compruebe que se han implementado todas las medidas comprometidas para evi-

tar riesgos y molestias. Para obtenerlo, el representante legal deberá concurrir a las oficinas del Seremi de Salud o Servicio de Salud del domicilio y presentar el Informe de Zonificación (emitido por la municipalidad) y el formulario de Solicitud de Informe Sanitario. El tiempo que requiere el trámite es de alrededor de 40 días y su costo asciende a $50.000 aproximadamente, más el 0,5% del capital inicial declarado.

7. Permiso de Edificación: mediante este Permiso, la Dirección de Obras Municipales, autoriza la petición de un usuario para construir en el espacio de una comuna. Sin éste no podrá iniciarse ninguna obra o construcción. El interesado deberá contratar los servicios de un arquitecto, quien concurrirá a las oficinas de la Dirección de Obras Municipales correspondientes al domicilio del predio, donde elevará la Solicitud de Permiso de Edificación, debiendo presentar los documentos descritos más abajo. Este trámite demora 15 días hábiles, tiene un costo equivalente al 1,5% del presupuesto de construcción declarado en la solicitud y concluye con la entrega del Cartón con la identificación del permiso y de los profesionales competentes, un ejemplar de la boleta de permiso del proyecto y el legajo de antecedentes respectivos.

8. Permiso de Obra Menor: este permiso autoriza al emprendedor a hacer modificaciones a un inmueble, que no alteren su estructura principal, por ejemplo, ampliaciones y remodelaciones interiores. Este trámite también debe hacerlo un arquitecto.

9. Cambio de destino: mediante este trámite se solicita a la Dirección de Obras Municipales revisar los antecedentes de una edificación con el objeto de cambiar el uso de suelo que establece el Plan Regulador.

10. Recepción Definitiva de Obra: luego de la construcción o modificación de un inmueble, el arquitecto debe solicitar a la Dirección de Obras Municipales la autorización para usarlo para la actividad previamente especificada.

V.I. La Patente Comercial

Luego de obtener todos los permisos municipales necesarios para la actividad que se desea realizar, recién se puede solicitar la patente comercial. Según el SII, si el negocio opera en un local fijo como un almacén, tienda o un restaurante, se debe obtener una patente.

Gracias a la Ley Nº 20.494, las municipalidades tienen la obligación de entregar una patente de forma inmediata una vez que el contribuyente haya presentado todos los permisos requeridos o cuando la municipalidad haya verificado por otros medios su cumplimiento, y siempre que no sea necesario que la Dirección de Obras verifique las condiciones de funcionamiento del local.

El SII además establece que "la inmediatez también es válida para patentes provisorias de locales que cumplan con ciertos requisitos sanitarios y de edificación. Además, para ciertas actividades que deben estar especificadas en una ordenanza municipal, la patente provisoria podrá otorgarse sin exigir que se cumplan los requisitos de funcionamiento. Sin embargo, la municipalidad debe exigir que tales requisitos se cumplan en el plazo máximo de un año desde que se otorgó la patente provisoria. Si los requisitos no están cumplidos para esa fecha, la patente caducará de forma automática e inmediata.

Si es necesario que la Dirección de Obras de la municipalidad deba verificar las condiciones de funcionamiento del local, tal acto deberá hacerse como máximo a los 30 días de otorgada la patente provisoria. Si dentro de ese mismo plazo la Dirección de Obras no hace observación alguna, o si derechamente no se realiza la verificación, y siempre que se hayan entregado los permisos sanitarios que correspondan, la patente provisoria se convertirá automáticamente en definitiva.

Si la Dirección de Obras hace observaciones, la patente provisoria extenderá su plazo por el tiempo que dicha dirección establezca para que se resuelvan las falencias (plazo que no puede ser de más de un año desde que se entregó la patente provisoria). Si las observaciones no pueden resolverse, o si se venció el plazo y no fueron resueltas, la patente caducará de inmediato".

Los consejos de una emprendedora:

La burocracia puede matar cualquier ansia de emprendimiento

Fernanda Vicente es vicepresidenta de Asech y emprendedora en serie. Entre sus emprendimientos más conocidos está el café Amelie, que revivió el polo gastronómico en el barrio El Golf.

"Nunca imaginé que abrir un pequeño café fuera una lucha de años. Si bien los trámites notariales y del SII son relativamente rápidos, conseguir los permisos municipales y de salud son una ardua, agotadora y frustrante tarea. Depende del funcionario de turno, de una cantidad enorme de reglamentos, en su mayoría anacrónicos, de la suerte y del cosmo...De verdad es para matar cualquier ansia de emprendimiento. Además, nos exigen sabernos todas las leyes laborales, tributarias, sanitarias y municipales, sin tener capacitación. La ley se presume conocida por todos.... Pero ¿quién puede conocer todas esas leyes? Cuando partimos no tenemos acceso a un bufete de abogados, asesores contables, consultores, etc.Y ahí caemos en un espiral de problemas que no termina hasta que logramos sobrevivir y levantar nuestro negocio, y ahí comienzan los problemas de los grandes".

•Un consejo fundamental es informarse sobre las modalidades de sociedades: S.P.A, Ltda, S.A. Cuando es un emprendimiento con potencial de alcance global, con posibilidades de ir a rondas de inversión o venta a empresas extranjeras, recomiendo sin duda la S.P.A.
•Todos los dominios web, patentes, permisos, etc., es mejor solicitarlos a nombre de la sociedad y no de un representante, porque para inversión o compra, eso es importante.
•Que en la primera etapa, los founders mantengan la mayor cantidad de acciones posibles, ojalá más del 80%, para que sea interesante para inversionistas. Recomiendo también conocer lo que es el vesting (es dar un derecho de disfrute inmediato) y utilizarlo.
•Recomiendo las sociedades Ltda. para empresas que parten desde micro y pretenden quedarse ahí o crecer despacio en el mercado local. Las S.A. tienen algunas cosas más complejas como sesiones de directorios, actas, etc.
•Recomiendo, también, tomar ejemplos de tipos de sociedades y usarlos como modelo si son lo que esperamos para nuestra empresa, porque ellos ya se han puesto en la gran mayoría de los escenarios.
•El trámite de la Notaría no debiera demorar mucho, pidan las copias urgentes para que se las pasen al tiro y poder empezar el trámite en el SII. Algunas notarías tienen formularios tipos disponibles en internet.

VI.

Registro de marca y Propiedad Industrial

De manera general, las marcas se registran y los productos o invenciones se patentan. Este trámite no es obligatorio, pero protege legalmente el nombre, marca y logo de la empresa de plagios y acusaciones de plagio. Este proceso se hace en el Departamento de Propiedad Industrial y antes de hacerlo, se debe verificar (en el sitio web del DPI) que no exista un nombre de fantasía o marca registrada con las mismas características.

Hay cuatro tipos de marcas, las que requieren llenar formularios distintos para la inscripción:

1. Marcas de Productos.
2. Marcas de Servicios.
3. Marcas de Establecimientos Comerciales (por ejemplo, supermercados o tiendas).
4. Marca de Establecimientos Industriales: (expresiones o frases destinadas a publicitar un producto, servicio, establecimiento comercial o industrial). Exige ir unida a una marca registrada.

Patentar una invención o registrar una marca puede ser una herramienta favorable para levantar capital, pues le da solidez y credibilidad al producto o servicio que se intenta vender.

Costo: El costo aproximado del proceso en Chile es de $300.000 y demora aproximadamente seis meses. En el extranjero, el proceso puede llegar a costar $600.000.

Patentar o registrar en el extranjero
Tanto los productos como las marcas se registran por país, por lo que la inscripción en Chile no protege en todo el mundo. Es por ello que, para internacionalizar un producto o marca, se debe inscribir en la oficina de marcas del país correspondiente. En esos casos, se recomienda encargar a un abogado del país a donde se desea llevar la empresa, un estudio de factibilidad en el que, entre otras cosas, se revisa que no existan marcas iguales o similares en el país.

VI.I. COMUNICANDO EL VALOR DE TU EMPRESA: CREACIÓN DE MARCA

1. Concepto de Marca

Cuando nos referimos a una marca hacemos alusión a un concepto que aporta valor y diferenciación a productos, servicios,

organizaciones y también a territorios (pueblos, ciudades, países). Es un conjunto de valores que representan una identidad o incluso un estilo de vida, es un bien comunicacional, un signo distintivo, un activo vivo de las compañías sustentado en principios emocionales, racionales, culturales y sicológicos.

Las marcas representan valores, generan confianza, proporcionan seguridad, satisfacen emociones; son la esencia y expresión de una compañía, la que se conecta emocionalmente con las personas, impactando en sus vidas diarias.

Son un conjunto de valores que confieren una identidad determinada, basada en principios que tienen el poder de regir los gustos y actitudes de grupos e individuos, influyendo incluso en sus formas de pensar, observar y percibir el mundo que los rodea. Las marcas tienen el poder de cambiar la cosmovisión de las personas, son la promesa de un estilo de vida.

La marca "bautiza gráficamente" y su misión primaria es individualizar, o sea, conseguir que algo que es genérico pase a ser específico, único: descomoditizar simbólicamente.

En resumen, la marca corporativa individualiza, indica, señala, localiza y otorga notoriedad, prestigio y personalidad.

2. IDENTIDAD DE MARCA

Una marca está configurada por los siguientes elementos:

·*Nombre:* constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca. Puede que quizás el nombre de la marca sea la parte más importante de la misma, puesto que es por esa denominación por la cual va a preguntar el consumidor a la hora de la compra.

·*Logotipo:* es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.

·*Isotipo:* es la representación gráfica de un objeto, es un signo-icono.

·*Gama Cromática ó Cromatismo:* es el empleo y distribución de los colores.

·*Diseño Grafico ó Grafismo:* son los dibujos o ilustraciones no pronunciables, que forman parte de la identidad visual de marca.

VI.II. ADQUISICIÓN DE UN DOMINIO

En Chile, la adquisición de un dominio para crear un sitio web .cl se hace a través de Nic Chile entidad dependiente de la Universidad de Chile que administra este servicio.

Para adquirir este dominio, también se debe verificar la disponibilidad del nombre de fantasía, para ver que no este siendo usado por otra organización. La validez del dominio tiene una duración de dos años, con posibilidad de renovación. El trámite puede hacerse a través del sitio web de Nic Chile y tiene un costo aproximado de $20.000, valor que se paga una vez cada dos años. El valor de la renovación dependerá de cuántos años contemple ésta, pudiendo oscilar entre los $20.000 y $84.000, cubriendo entre dos y diez años respectivamente.

Los emprendedores somos gente de acción, creamos y hacemos cosas y aun que no nos percatamos somos motores generadores de movimiento. La acción de emprender tiene directa relación con crear, con ideas y sueños, con inventos, con nuevos productos o nuevos servicio y que simultáneamente están ligados a la innovación y al desarrollo.

Durante más de 20 años me he dedicado a diseñar y fabricar muebles especiales. Por 15 años trabajé con un casi compromiso social y muy particular en el área de la salud. Durante ese período, logré comprender y captar muchas de las necesidades específicas de mobiliario en estos recintos hospitalarios. Compartí soluciones de diseño muy singulares y algunos tenían todas las condiciones para transformarse en un invento. Novedad, Nivel inventivo y Aplicación Industrial. Pero eso lo conozco recién ahora. Si miramos lo que ocurría hace 5 o más años en nuestro País, la importancia de proteger una idea o una creación simplemente no era considerada.

En los últimos dos años esto cambió. Se manifestó con mucha fuerza la existencia de la posibilidad de proteger las ideas de los emprendedores y de las actividades comerciales en todos los ámbitos. El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi), pasa a ser conocido e integrado por los emprendedores. Se transforma en un apoyo y en una herramienta fundamental para el propósito de emprender.

Durante mucho tiempo trabaje como persona natural con giro y contaba con un nombre de fantasía. Nunca he pretendido crecer o aumentar el tamaño de mi actividad, me entrega lo que necesito pero fundamentalmente me da tiempo para inventar, que es lo que me gusta hacer y lo disfruto. Decidimos con mi esposa crear una empresa como tal, y como ya estaba el nombre de fantasía y era conocido por clientes cautivos y algunos por más de 20 años, decidimos mantenerlo. Me dirigí al Inapi a ver de qué se trataba y cómo se podía registrar una marca. Me presente en la oficina de atención a los usuarios de marcas comerciales. Mostré el logo e indiqué el nombre de fantasía. Se me explicó que las marcas se registran por clases, que tiene que ver con el rubro o área comercial, y de cómo llenar el formulario de solicitud. Seguí todas las indicaciones y en pocos meses mi marca ya contaba con protección al conjunto como marca mixta. Esta protección es por un período de 10 años renovables. Casualmente, el día que fui a retirar el certificado de mi marca, veo que existía una oficina de atención a los usuarios de patentes de invención, me acerqué a consultar, me presenté y comencé a explicar una idea de invención. Después de muchas consultas que realicé, quedé asombrado de la importancia de proteger una idea. No me pareció tan difícil de modo que comencé con mi primer intento de patente de invención. Hoy ya voy por la cuarta y estoy preparando otras dos...

Crear o inventar algo, es proponer algo nuevo y uno de los propósitos fundamentales de una invención y la protección que ga-

Testimonio: "Emprender con propiedad"

Mauricio es emprendedor con más de 20 años de trayectoria en el área del diseño y fabricación de muebles, con su empresa CMG muebles. Además, es inventor y se ha desarrollado en el área de la investigación.

rantiza una patente de invención, es que puede ser la base de un emprendimiento.

Una invención tiene muchas etapas y todas tienen sus grados de dificultad. Primero descubrir una carencia o necesidad y concebir una idea, definir el invento su ámbito y su propósito. Evaluar y formular la presentación de una solicitud nacional de protección. Seguimiento de la solicitud. Evaluar y formular una presentación de protección internacional. Seguimiento y costos asociados. Paralelamente desarrollar el prototipo considerando materialidad, diseño y otros aspectos nuevos. Nuevo, todo nuevo y por probar o demostrar. En resumen un invento es un permanente enfrentar lo nuevo y hacer camino para avanzar.

Uno de los aspectos más complejos y difíciles de abordar en el proceso de una invención, es construir o fabricar un prototipo. Paradojalmente, las etapas de protección de la propiedad industrial, considera instancias totalmente alcanzables y factibles de lograr. Pero cuando se intenta conseguir apoyo para producir un prototipo, nos enfrentamos con un mundo extrañamente formulado. Aparecen cosas como: "Esa es una idea loca". "Tiene que hacer un muy buen plan de negocios". "Presente la formulación científico teórica de su invento lo más sofisticada que pueda y mejor sería si nadie la puede entender", entre tantas otras absurdas cultivadas ignorancias...

De modo que si eres emprendedor y tienes ideas nuevas o un invento que sea la base de tu emprendimiento, protégelo. No tiene nada de difícil, tu creación solo debe cumplir con los requisitos de novedad, nivel inventivo y aplicación industrial. La protección es conveniente hacerla también internacionalmente, con lo que podrías pensar en transferir tu nueva tecnología. Recuerda que una patente es un activo, tiene valor comercial y a veces mucho mayor al que uno cree.

VII.

La apertura de una cuenta corriente

La legislación y las normas tributarias chilenas no permiten a una empresa usar una cuenta corriente de uso personal fondos obtenidos de su actividad comercial. Por lo tanto, el paso siguiente es abrir una cuenta corriente que facilite el manejo de los flujos de dinero y de la contabilidad financiera.

Para obtener una cuenta corriente, el representante legal de la empresa deberá ir a cualquier banco o institución financiera y presentar los antecedentes correspondientes en la sección Banca Empresa de la entidad. El tipo de cuenta y sus productos asociados dependerá, entre otras cosas, del nivel de facturación anual de la empresa. Para verificar este dato, la entidad solicitará las últimas 12 declaraciones de IVA de la empresa. En el caso de las empresas nuevas, la inexistencia de estas declaraciones es la principal razón por la que la apertura de una cuenta corriente puede llegar a demorarse más de seis meses.

Tamaño de la empresa	Rango de facturación anual en UF (Unidades de Fomento)	Rango de facturación anual en Dólares (US$)
Microempresa	Entre 0 y 2.400	Entre 0 y 60.000
Pequeña	Entre 2.400 y 25.000	Entre 60.000 y 625.000
Mediana	Entre 25.000 y 100.000	Entre 625.000 y 2.500.000
Grande	Más de 100.000	Más de 2.500.000

Testimonio de un emprendedor:
La odisea de abrir una cuenta corriente.

Sergio López es un líder tecnológico en Chile, habiendo fundado cinco compañías sinérgicas entre sí desde 1992, Gemelo.com, Intellicomp, Intellisoft y más recientemente, ProActive Office. Además, es socio fundador de ASECH y miembro del directorio.

Al comenzar con tu emprendimiento, el primer problema, aunque suene irónico, es que tu primer cliente te pague. Esto debido a que el cheque, vale vista o transferencia electrónica vendrá a nombre de tu empresa y, si esta no tiene su cuenta corriente, podrías vivir algo similar a lo que a mí me tocó en agosto del año 1992.

Acababa de cerrar un lindo negocio con la empresa de telecomunicaciones más grande del país en ese entonces, ya que les había vendido tecnología que no estaba disponible en Chile y que me obligaba a importar directo desde Israel. Para ello tuve que usar todos mis recursos económicos y apelar a la confianza de mi proveedor para pre-pagar parte del costo total del equipo antes de que me lo enviaran por avión, luego financiar los impuestos de internación y el IVA para poder desaduanarlo.

Con estos gastos en mis hombros y mi factura de venta ya emitida, se me acercaba el día 12 del mes siguiente y, como había hecho un buen negocio, el monto de IVA a pagar era con creces superior al crédito fiscal por la compra, por lo tanto necesitaba liquidez nuevamente y recurrí a mi cliente, solicitándole una provisión de fondos sobre la factura emitida. Afortunadamente, el cliente accedió y me dijo "retira el cheque por caja mañana mismo".

Todo bien hasta ahí, sin embargo, cuando retiré el cheque, éste venia cruzado y nominativo a nombre de mi compañía limitada, por ende tuve que llamar un amigo abogado, para que me dijera cómo hacerlo efectivo y poder pagar el IVA algunos días después.

Bueno, tenía que ir a la sucursal central del banco y pedir hablar con el abogado de fiscalía, llevándole la escritura de la empresa donde indicara que yo era el representante legal. Luego de un par de horas de espera, me dicen "ok, pase por caja, y al llegar a la caja empecé a recibir fajos de billetes que tuve que repartir en todos los bolsillos de mi abrigo y pantalones. Eran casi $18 millones.

Después tuve que caminar por el Paseo Ahumada muerto de susto e incluso desplazarme hasta la micro que me llevara a mi casa, para luego guardarlos hasta el día del pago de IVA.

La idea es que situaciones como estas no se repitan, por lo que ASECH presentó un proyecto a distintos bancos para cambiar esta realidad en el país, de modo de permitir que los emprendedores puedan acceder a una cuenta bancaria. Tras una intensa ronda de negociaciones, BancoEstado fue la única institución que creyó en esta idea, conformando oficialmente:

CUENTA EMPRENDEDOR BANCOESTADO

Aunque se trata de una chequera electrónica y no de una cuenta corriente, entrega importantes beneficios a los emprendedores:

•Permite administrar de manera segura y fácil el dinero de la empresa, disminuyendo riesgos de pérdidas y robos.
•La pueden abrir empresas de hasta 1 día de antigüedad.
•Permite cobrar y depositar documentos girados a nombre de la empresa.
•Permite realizar giros desde cajeros automáticos.
•Permite hacer transferencias electrónicas.

Los costos de esta cuenta son más bajos que el resto:
•Sin costo de mantención si realizas hasta 4 giros al mes.
•Se cobrará una comisión mensual de 0,112 UF+IVA si realizas entre 5 y 8 giros mensuales.
•Se cobrará una comisión mensual de 0,280 UF+IVA si realizas entre 9 ó más giros al mes.

Tiempos de apertura:
•Si creaste tu sociedad por www.tuempresaenundia.cl, podrás tener tu cuenta en un máximo de 10 días y sólo deberás llevar la escritura y el RUT de los socios y de la empresa.

Si te constituiste con el sistema "antiguo", deberás llevar la escritura, la inscripción en el Registro de Comercio en el Conservador de Bienes Raíces y la publicación en el Diario Oficial, además de los RUT de los socios. De esta forma, podrás obtener tu cuenta en un mes, aproximadamente.

De todos modos si deseas abrir una cuenta en otro banco hay algunos tips que pueden ser de utilidad (aunque no garantizan nada):
1.-Ir a un Banco donde algún cliente te recomiende con el ejecutivo (dicen que el banco lo hace el ejecutivo y es cierto)
2.-Llevar todos los papeles de constitución de sociedad.
3.-Presentar facturas emitidas por cobrar (ojala a clientes de renombre)
4.-Solicitar una cuenta sin línea de crédito ni tarjetas de crédito.
5.-Llevar un estado de situación personal actualizado, que muestre activos si los hay.
6.-Llevar un estado de resultados de la empresa como respaldo de una operación que muestre un buen margen de utilidad y moderado gasto.

VIII.

Tu primer contrato

Cuando un trabajador excede los tres meses trabajando a honorarios, se le debe hacer un contrato de trabajo, lo que se traduce en un documento que acredite que prestará servicios a cambio de una remuneración. Éste tiene que ser escrito, ya que ningún acuerdo verbal tiene validez legal, y llevar la firma del empleador y del trabajador.

El contrato de trabajo no necesita de ninguna solemnidad para su validez, de solo que sea concensuado, y de acuerdo con el artículo 9º del Código del Trabajo, debe hacerse dentro de quince días de incorporado el trabajador, o dentro de cinco días de incorporado el trabajador cuando el contrato pactado es por obra, trabajo o servicio determinado o de duración inferior a treinta días.

VIII.I. TIPOS DE CONTRATO

- *Contrato a plazo fijo:* este tipo de contrato tiene una fecha conocida de término. Tiene una duración mínima de un día y máxima de un año, y la causal de término es habitualmente el vencimiento del plazo acordado en el contrato. Sin embargo, la ley dicta que a la segunda renovación el contrato de trabajo pasa a ser indefinido. Sucede lo mismo si el trabajador sigue trabajando en la empresa tras vencer su contrato a plazo.

- *Contrato indefinido:* este tipo de contrato no tiene fecha conocida de término. La forma de poner término a este tipo de contrato es hacer uso de la causal "necesidades de la empresa", en cuyo caso, al empleador le corresponde las indemnizaciones legales cuando el trabajador tiene más de un año de antigüedad en la empresa. El vínculo con ésta finaliza con la renuncia, el despido o la muerte del trabajador. Pese a que se mantiene en el tiempo, este tipo de contratos debe ser actualizado una vez al año.

- *Contrato por obra o faena:* Se usa para trabajos específicos, con una duración específica. A diferencia del contrato a plazo fijo, no tiene posibilidad de renovación, lo que no implica que la persona no pueda volver a suscribir un contrato con la misma empresa para realizar otra labor.

Todo contrato de trabajo debe contener las cláusulas que la ley estima como mínimas, las que garantizan la validez jurídica de la relación laboral.

Estas son:
1. Lugar y fecha del contrato.
2. Individualización de las partes con indicación de la nacionalidad y fechas de nacimiento e ingreso del trabajador.
3. Determinación de la naturaleza de los servicios y del lugar o ciudad en que hayan de prestarse.
4. Monto, forma y período de pago de la remuneración acordada.
5. Duración y distribución de la jornada de trabajo, salvo que en la empresa existiere el sistema de trabajo por turno, caso en el cual se estará a lo dispuesto en el reglamento interno.
6. Plazo del contrato.
7. Otros pactos acordados por las partes.

Además de estos elementos, la especificación de la naturaleza de las funciones convenidas, la jornada laboral, la duración del contrato y la remuneración merecen especial atención. Respecto al primer punto, se debe especificar de manera exacta y clara la labor o servicio que desempeñará el trabajador, pormenorizando todas las tareas que involucran los servicios contratados. Respecto al último, debe precisarse el monto, forma y periodo de pago.

VIII.II. CAUSALES DE TERMINACIÓN DE UN CONTRATO DE TRABAJO

Las causales de terminación del contrato de trabajo se encuentran contenidas en los artículos 159, 160 y 161 del Código del Trabajo. Algunas de ellas son:

Causales del artículo 159
1. Mutuo acuerdo de las partes.
2. Renuncia del trabajador, dando aviso a su empleador con treinta días de anticipación, a lo menos.
3. Muerte del trabajador.
4. Vencimiento del plazo convenido en un contrato fijo.
5. Conclusión del trabajo o servicio que dio origen a un contrato por faena.
6. Caso fortuito o fuerza mayor.

Causales del artículo 160
1. Conductas indebidas de carácter grave y comprobables, como falta de probidad, conductas de acoso sexual e injurias proferidas por el trabajador.
2. Inasistencia del trabajador a sus labores sin causa justificada durante dos días seguidos, dos lunes en el mes o un total de tres días durante igual período de tiempo.
3. Abandono del trabajo por parte del trabajador, entendiéndose como tal, salidas imprevistas e injustificadas, o la negativa a trabajar.
5.- Actos, omisiones o imprudencias que afecten a la seguridad o al funcionamiento de la empresa.
7.- Incumplimiento grave de las obligaciones que impone el contrato.

Causales del artículo 161
El empleador podrá poner término al contrato invocando como causal las necesidades de la empresa.

IX.

Instrumentos y fuentes de financiamiento

IX.I. A TRAVÉS DE BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS

1. Crédito: el banco presta a la empresa un monto de dinero que puede ser utilizado sin restricciones y la empresa se compromete a pagos mensuales, a un plazo establecido y con una tasa de interés.

2. Leasing: es un contrato de arriendo entre la el banco y el cliente, en que al final del período pactado, el usuario tiene la opción de comprar o devolver el bien en cuestión. El leasing puede ser inmobiliario y mobiliario.

3. Factoring o factoraje: orientada principalmente a las pymes, es la transferencia de la cobranza futura de créditos y facturas de la empresa a la institución financiera, la cual dará a cambio el dinero correspondiente al 90% aproximadamente de esas operaciones. La principal ventaja de este instrumento es que permite a la empresa dar crédito a sus clientes sin afectar su flujo financiero.

Las Sociedades de Garantía Recíproca

Son organizaciones que ayudan a las empresas a obtener financiamiento, asumiendo el riesgo de crédito de la empresa frente al banco. Según datos del Banco Mundial, en Chile conforman más del 30% de los créditos, “contexto en el que se hace necesario el surgimiento de nuevas herramientas que dinamicen el sector y promuevan el emprendimiento”, explica Patricio Muxi, ejecutivo comercial de Pro Aval.

IX.II. FONDOS CONCURSABLES DE ORIGEN PÚBLICO

Generalmente apuntan a emprendedores de pequeñas empresas, que están recién partiendo y necesitan el dinero para despegar. Estos fondos dan un monto específico de dinero -entre $40.000 y $180 millones- dependiendo del tamaño del proyecto, del aporte al desarrollo económico que éste pueda aportar a la sociedad o de la innovación asociada. Algunos de ellos son:

1. Capital Semilla de Sercotec
Otorgado por el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec), financia y fortalece proyectos que tengan ventas anuales iguales o inferiores a 10.000 UF. Es un programa de carácter regional en el cual postulan emprendedores y empresas de cada región. Un jurado dirime entre los postulantes en función de factores como el nivel de innovación, la capacidad del equipo emprendedor o empresa, la compatibilidad con los intereses regionales y la generación de empleo. Tiene dos líneas, una de emprendimiento y una de empresas, donde se reparten entre $1.500.000 y $2.000.000, y entre $3.000.000 y $6.000.000, respectivamente. Además, durante el período de postulación, existe una capacitación para la elaboración del plan de negocio. www.sercotec.cl.

2. Subsidios Fosis
El Fondo de Solidaridad e Inversión Social tiene tres programas destinados a apoyar el emprendimiento, "Apoyo al Microemprendimiento", "Apoyo a Actividades Económicas" y el de "Apoyo a Emprendimientos Sociales". Estos fondos exigen tener una Ficha de Protección Social y, además de aportes en efectivo, contemplan capacitaciones y talleres. www.fosis.cl.

3. Capital Abeja
Concurso regional otorgado por Sercotec, orientado a empresarias, dueñas de micro o pequeñas empresas, que premia a los proyectos ganadores con dinero en efectivo para promover el crecimiento de sus empresas a través de su desarrollo en nuevos mercados, consolidación en los actuales y fomentar la innovación de productos, servicios y/o procesos. www.sercotec.cl.

4. Fondos y concursos Corfo
La Corporación de Fomento de la Producción, a través de InnovaChile, tiene cerca de 30 fondos concursables de apoyo al emprendimiento y la innovación. Estos entregan un subsidio de hasta el 80% del total del proyecto (varía según el fondo), con un monto máximo. Es por esto que, a la hora de elegir el fondo que más se ajusta al proyecto, es necesario evaluar su dimensión y su impacto. Todos estos fondos una declaración detallada de los gastos de dicho monto, tanto en la postulación, como posteriormente, con boletas y facturas. La mayoría de los fondos de Corfo tienen ventanilla abierta, es decir, están abiertos todo el año. *www.corfo.cl/necesidad/emprender.*

a) Empaquetamiento Tecnológico para Nuevos Negocios
Subsidio que apoya el desarrollo de productos tecnológicos que presentan una oportunidad comercial demostrable. Financia hasta el 80% del presupuesto total de proyecto, con un tope máximo de $180 millones. Está abierto todos los días hábiles del año. El trámite debe hacerse a través de una incubadora de negocios que actúe como apoyo en el proceso de innovación, emprendimiento, transferencia y comercialización tecnológica.

b) Gestión de Innovación en Empresas Chilenas
Este fondo es idóneo para empresas ya constituidas que persiguen implementar innovación. El fondo contribuye al desarrollo de capacidades de gestión que promuevan una cultura que facilite y fomente el proceso de generación de ideas y conocimiento. Financia el pago a la corporación experta por la asesoría o el servicio de un software especializado que provea la sistematización del proceso de innovación. Dependiendo del tamaño de la compañía, Innova Chile brinda un co-financiamiento de un 65% y hasta un 75%. Abierto todos los días hábiles del año.

c) Prototipos de Innovación Empresarial
Este fondo apoya la innovación empresarial de alto riesgo en sus etapas tempranas, cuando están en período de probar prototipos. Incluye actividades que permitan reducir la incertidumbre del negocio, como estrategias de protección de la propiedad intelectual. Pueden postular empresas y personas naturales. Dependiendo del tamaño de la empresa, financia entre un 30% a un 70%. Abierto todos los días hábiles del año.

d) Programa de Preinversiones
Este programa apunta a mejorar la gestión en los procesos habituales arraigados en una empresa ya constituida. Son diferentes fondos destinados a empresas que quieran invertir en energías renovables no convencionales, eficiencia energética, medio ambiente, riego y en áreas de manejo de pesca artesanal. Financia estudios para hacer un mejor uso de los recursos e identificar alternativas de inversión. Pueden postular entidades con ventas anuales de hasta a UF 1 millón. El monto otorgado dependerá de cada una de las categorías (hasta un 50% o 70% del costo total del estudio, con montos tope). Para postular, la compañía debe dirigirse a uno de los Agentes Operadores Intermediarios de Corfo para elaborar el proyecto en conjunto. Abierto todos los días hábiles del año.

e) Programa de Emprendimientos Locales
Este subsidio entrega dinero a empresas de menor tamaño de una localidad en especial, para que mejoren la gestión y aumenten su competitividad. Pueden postular emprendedores que deseen desarrollar una actividad empresarial o que sus ventas anuales sean inferiores a UF5.000. Financia hasta el 50% de la inversión total en bienes de capital de las firmas que integren el Programa de Emprendimientos Locales, con tope de $1 millón por institución. Este fondo, a diferencia de los anteriores, no tiene ventanilla abierta, por lo que la fecha de postulación depende de cada zona. La postulación también dependerá de las instancias locales que la Dirección Regional organice.

f) Programa de Apoyo a Proyectos en Etapa de Preinversión
Este programa apoya la ejecución de estudios técnicos y/o económicos que permitan decidir si invertir o no. Pueden postular compañías privadas, nacionales o extranjeras que pretendan invertir un monto igual o superior a UF 3.500 en cualquier región del país, menos en la Metropolitana. El programa financia hasta el 40% del valor del estudio, con un tope de UF 1.000. Para determinar si una empresa es elegible, antes de postular, debe

completar la Ficha de Perfil del Proyecto de Preinversión. Abierto todos los días hábiles del año.

g) Programa de Apoyo a la Inversión en Zonas de Oportunidades
Este programa apoya a los proyectos de inversión productiva o de servicios por un monto igual o superior a UF 600 en las Zonas de Oportunidades (zonas extremas del país o zonas de bajo desempeño económico). Financia hasta UF 2.000 por proyecto y es el único que da dinero para activos. Para determinar si es elegible, antes de postular, la empresa debe completar la Ficha de Perfil del Proyecto de Preinversión. Abierto todos los días hábiles del año.

h) Programa de Apoyo a la Inversión Tecnológica
El objetivo de este programa es atraer inversiones de alta tecnología al país, subsidiando componentes que sean determinantes para la materialización de la iniciativa y que permitan su permanencia. Subsidia hasta UF 45.000 por proyecto. Para determinar si es elegible, antes de postular, la empresa debe completar la Ficha de Perfil del Proyecto de Preinversión. Abierto todos los días hábiles del año.

i) Capital Semilla de Corfo
Subsidio que apoya a emprendedores innovadores en el desarrollo de sus proyectos de negocios, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, puesta en marcha y despegue de sus compañías. Financia hasta 75% del monto total del proyecto con un tope máximo de $40 millones y se puede postular todos los días hábiles del año. El trámite debe hacerse a través de una incubadora de negocios que actúe como apoyo en el proceso de innovación, emprendimiento, transferencia y comercialización tecnológica.

j) Concurso Global Connection
Esta iniciativa tiene como objetivo apoyar a empresas tecnológicas chilenas con menos de cuatro años de vida, en el proceso de aceleración internacional de sus negocios en Silicon Valley, Estados Unidos. Hasta este año, los ganadores iban a la incubadora Plug & Play, sin embargo, en abril de este año, cerraron alianzas con cinco incubadoras más. El programa subsidia el costo del programa de incubación y/o aceleración, más los pasajes aéreos; seguros asociados, alojamiento, movilización y renovación de garantías, lo que equivale hasta un 90% del costo total del programa, con un tope de $20 millones. Se puede postular todos los días hábiles del año y, para ello, la empresa debe contar con la previa aceptación de la institución que imparte la incubación para luego postular al fondo.

5. Fondos regionales
Existen fondos regionales, como el Fondo de Innovación para la Competitividad Regional de Los Lagos (de Conicyt), el Programa Fortalecimiento Turístico y Gastronómico Región del Bíobío (de Sercotec) y fondos de las gobernaciones y municipalidades, como el Fondo de Fomento y Desarrollo de Zonas Extremas de las provincias de Palena y Chiloé.

IX.III. Start-up Chile

Es un programa de Corfo que busca atraer start-ups de alto impacto, para comenzar sus proyectos en Chile. El programa entrega US$40.000 y, actualmente, acoge proyectos chilenos, los que, además de dinero, reciben conexiones, inversiones y posibilidades de negocio. Start-up Chile tiene tres convocatorias al año y, a dos años de su lanzamiento, ha incubado 323 proyectos, de los cuales, 26 de ellos ha logrado levantar capital. Además, la iniciativa ha ganado el reconocimiento internacional e inspirado programas similares en países como Inglaterra, Grecia e Italia. www.startupchile.org.

IX.IV. Capital de riesgo

El capital de riesgo es una forma de financiar empresas que están naciendo y que no tienen un historial que permita confiar en sus resultados. Las entidades de capital riesgo o venture capital son entidades financieras cuyo objeto principal consiste en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas pequeñas y start-ups, generalmente a través de la Bolsa de Valores. El objetivo es que con la ayuda del capital de riesgo, la empresa aumente su valor y una vez madurada la inversión, el capitalista se retire obteniendo un beneficio.

Corfo también tiene un fondo de capital de riesgo, llamado Capital de Riesgo para Empresas Innovadoras, orientado a empresas de cualquier sector económico, que tengan un alto potencial de crecimiento y que busquen desarrollar innovación tecnológica, y a administradoras, a través de una línea de crédito disponible para Fondos de Inversión para que inviertan en empresas mediante aportes de capital o créditos. En el caso de las administradoras se entrega una línea de crédito por el 200% de los aportes pagados y comprometidos del fondo, pudiendo ampliarse al 300% si se cumple ciertos requisitos del programa. Por su parte, las empresas reciben un aporte de capital del fondo de inversión, cuyo monto depende de las características y necesidades del proyecto.
Algunas de las empresas de capital de riesgo que operan en Chile son:

·Austral Capital. www.australcap.com.
·Fundación Copec-UC. www.fundcopec-uc.cl.
·ME Capital (exclusivo para mujeres).
·Aurus. www.aurus.cl.
·Gerens Capital (fondo Precursor). www.gerenscapital.cl.
·Econsult (fondo Halcón II). www.econsult.cl.
·Sembrador (fondo Crecimiento Agrícola). www.sembrador.cl.
·Independencia (fondo Expertus). www.independencia-sa.cl
·AXA CapitalChile. www.axacapitalchile.cl
·Ifincorp (Fondo de Inversión Emprendedor I). www.ifincorp.cl
·Zeus Capital. www.zeuscapital.cl.
·Burril & Company. www.burrillandco.com.

FINANCIARSE CON LAS 3F: FAMILY, FRIENDS & FOOLS

En sus etapas iniciales, los emprendedores suelen financiarse haciendo uso de las 3F Family, Friends & Fools (Familia, Amigos y Locos), que alude a obtener capital por medio de amigos, familiares y/o "tontos" (personas comunes, no inversionistas especializados). La principal ventaja de este método es la facilidad y rapidez del acceso al capital (dado que no nos pedirán el modelo de negocios, sino tomarán la confianza y la cercanía como evidencias del potencial del proyecto). La principal desventaja es que los montos generalmente no alcanzan a financiar proyectos de alto impacto, y que la persona que presta la plata probablemente no tenga la experiencia que un inversionista especializado podría volcar al proyecto.

Algunos consejos

•Lo más importante a la hora de recurrir a capital de riesgo es conocer los riesgos del negocio y buscar la forma de mitigarlos.
•La negociación debe ir en concordancia con el perfil riesgo- retorno de la empresa y de la inversión.
•Asesorarse por emprendedores experimentados, que hayan atravesado por esta experiencia.

IX.V. INVERSIONISTAS ÁNGEL

El Global Entrepeneurship Monitor (GEM) define al inversionista ángel como un individuo que proporciona capital a una nueva empresa o negocio en sus etapas iniciales (formulación de business plan o primeros meses de vidas). Estas empresas o negocios están caracterizadas por altos niveles de incertidumbre, por lo que también están asociadas a altos niveles de retorno exigido y esperado. En general los inversionistas ángeles corresponden a inversionistas informales, sin embargo, pueden adquirir un alto nivel de formalidad al operar en Redes de Inversionistas Ángeles.

Algunas de las redes de inversionistas ángel que operan en Chile son:

•ChileGlobal Angels. www.chileglobalangels.cl.
•Southern Angels. www.southernangels.cl.
•Ángeles de Chile. www.angelesdechile.cl.
•Ángeles del Sur. www.angelesdelsur.cl.
•Ángeles Dictuc. www.dictuc.cl.

IX.VI. INCUBADORAS DE NEGOCIOS

Una incubadora es una entidad que busca ayudar a una empresa en etapas iniciales a acelerar su crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios, entre ellos, la disposición de espacios, capacitación y acceso a redes (networking). Usualmente son patrocinadas, apoyadas y operadas por compañías privadas, entidades gubernamentales y/o universidades.

Testimonio:
"La disyuntiva de cómo financiar un emprendimiento"

Alan Earle es socio de ASECH y fundador de Manga Corta Manga, empresa de poleras estampadas con diseños creados por una comunidad de diseñadores.

"Manga Corta es un emprendimiento que tuve la suerte de poder empezar desde que estudiaba en la Universidad. La combinación de tener tiempo libre, junto con no tener un costo de oportunidad muy grande y la ayuda de profes, charlas y cursos de emprendimiento, hacen a la universidad un muy buen lugar para empezar.

Para financiarnos, postulamos y ganamos un capital semilla de Sercotec y el concurso Start-up Chile. Además fuimos financiados exitosamente en idea.me, una plataforma de crowdfunding.

REGIÓN METROPOLITANA

SANTIAGO

Novos
Universidad de Chile
Domeyko 2369
www.novos.cl
(02) 9784935
Director: Antonio Holgado
Contacto: contacto@novos.cl

IncubaUC
Universidad Católica
Vicuña Mackenna 4860
www.incubauc.cl
(02) 354 5458
Director: Marcelo Díaz
Contacto: contacto@incubauc.cl

Innovo
Universidad de Santiago
Av. Libertador Bernardo O'Higgins 2229
http://innovo.cl
(02) 718 4715
Director: Luis Lino
Contacto: luis.lino@innovo.usach.cl

Santiago Innova
Manuel Rodríguez Sur 749
www.innova.cl/portal
(02) 770 4200
Director: Álvaro Bustos
Contacto: santiago@innova.cl

PROVIDENCIA

ElevaGlobal
José Manuel Infante 146
www.elevaglobal.cl
(02) 498 40 00
Director: Iván Vera
Contacto: contacto@elevaglobal.cl

Movistar Innova
Av. Providencia 229,
www.movistarinnova.cl
(02) 339 4618
Director: Juan Carlos Martínez
Contacto: movistarinnova@movistar.cl

LAS CONDES

UDD Ventures Santiago
Universidad del Desarrollo
Av. Plaza 680
San Carlos de Apoquindo
www.uddventures.cl
(02) 327 9266
Director: Paul O'Toole
Contacto: caguilar@udd.cl

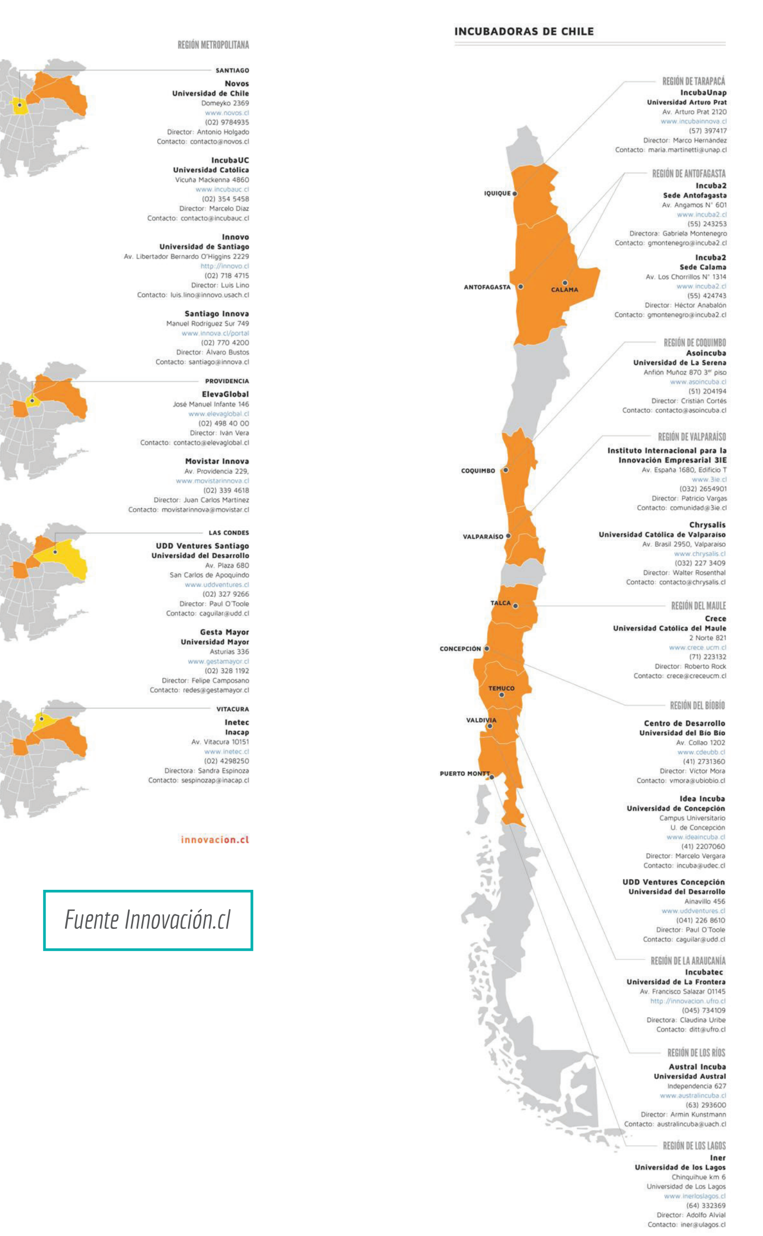
Gesta Mayor
Universidad Mayor
Asturias 336
www.gestamayor.cl
(02) 328 1192
Director: Felipe Camposano
Contacto: redes@gestamayor.cl

VITACURA

Inetec
Inacap
Av. Vitacura 10151
www.inetec.cl
(02) 4298250
Directora: Sandra Espinoza
Contacto: sespinozap@inacap.cl

innovacion.cl

Fuente Innovación.cl



Fuente Innovación.cl

Pero el mayor aporte que tuve fue el de los socios. Ellos fueron el puntapié para que me la creyera y diera todo lo que tengo por el proyecto. Son los que te animan cuando estás en problemas y te ayudan a tomar decisiones difíciles.

En cuanto al fondo que nos adjudicamos, creo que es más orientado a emprendimientos que necesitan algún tipo de activo fijo para empezar. Si haces una postulación buena, completa y a conciencia lo más probable es que no sea muy difícil ganárselo. Luego postulamos a Start-up Chile, nuestro mayor reto. En este tuvimos que ver muy bien cuales eran nuestras fortalezas y debilidades según las bases del concurso. Redactamos la postulación con harto tiempo y les pedimos ayuda a personas con buen inglés, para que nos corrigieran la ortografía. No le dejamos espacio al error y lo ganamos.

Yo creo que existen dos tipos de emprendimiento: los que se puede medir el riesgo y los que son muy riesgosos. Respecto a los primeros, como cualquier negocio ya establecido, no debiera ser muy difícil pedir un préstamo al banco o convencer a algún familiar. Pero cuando el negocio es de alto riesgo como un start-up, no hay que ir nunca al banco. Los inversionistas ángeles que me he topado te piden una estimación de resultados a cinco años, lo que es imposible de predecir. Hay que ir con personas que quieran arriesgarse. Partir con familiares y amigos es buena idea, te dan el primer empujón. Luego con haya algo que mostrar hay que ir a inversionistas y fondos públicos.

Según lo que he vivido hay muchos fondos en Chile para partir tu emprendimiento. Saber a cuál postular es más difícil. Lo que es aconsejable es hablar con algún experto en estos fondos que te ayude a elegir el que mejor se adecue al tu emprendimiento y te ayude a postular. El mejor fondo a mi gusto es Start-up Chile, te dan plata y te conectan. Lo otro es postular a Corfo, es más lento tedioso, pero al fin y al cabo es plata "regalada". Cuando quieres expandirte agresivamente es cuando tienes que buscar plata de algún VC o fondo de inversión.

Enamora a un par de personas con tu proyecto y sobre todo enamorarlos de ti. De tu capacidad de gestión y de tu motivación y entrega absoluta por tu proyecto. Ya que si tú no estás 100% nadie lo estará. Que estas personas aporten un capital que te ayude a partir los primeros meses, pero sobre todo que aporten con tiempo y mentoría. Que sean un complemente para ti. Y postula a todo fondo y concurso que exista, pero siempre a conciencia y con tiempo".

X. Organizaciones que están apoyando el emprendimiento

1. Fundación Chile: a través de su plataforma de emprendimiento, EmprendeFCh, que atrae, selecciona y apoya emprendimientos tempranos para poder desarrollar nuevos proyectos, Fundación Chile ha lanzado diversos programas de apoyo y concursos, como AtacamaEmprende, Green Start-Up y PartnerUp. La plataforma, que periódicamente abre sus convocatorias, funciona como una incubadora, poniendo a disposición de los emprendedores, espacios de trabajo, recursos y redes.

2. Techo: Un Techo Para Chile –ahora llamado Techo– lanzó la plataforma Techo Lab, que busca ayudar a los emprendedores a desarrollar productos, servicios y modelos de negocios que sean respondan de manera eficaz a los problemas que afectan a personas excluidas de la sociedad, ya sea por falta de recursos o de oportunidades. En la primera etapa, los usuarios publican sus ideas a la comunidad, esta vota, comenta y ayuda a desarrollar aquellas que más les gustan. Al mismo tiempo un grupo de mentores, formado por profesionales y pobladores, apoyan y seleccionan en conjunto las mejores ideas, y una vez que estas se potencian, se diseña un modelo de negocio que las sustente, para finalmente testearlas, presentarlas y evaluarlas para definir cuáles se financiarán e implementarán. Además, el Centro de Innovación de Techo creó el concurso Applícate, que premia a las mejores ideas en educación, consumo, entretenimiento, salud y trabajo. El concurso ya tuvo su primer ganador, que recibió $5 millones para desarrollar su idea y una beca para asistir al campus NASA de Singularity University.

3. Mujeres Empresarias: ME es una organización que apoya a empresarias, emprendedoras y ejecutivas, a través de serie de iniciativas orientadas a mejorar la participación femenina en el mundo laboral. La organización cuenta con la plataforma ConectaME, la primera red virtual de negocios, una red de contactos empresariales, que permite compartir experiencias de negocios y emprendimientos, pedir consejos, contactarse con eventuales clientes y proveedores, y aprender de las experiencias de otras, emprendedoras y actores o instituciones ligados al mundo del emprendimiento e innovación.

4. Red de Mentores: Presente en las regiones de Valparaíso, del Maule, de Los Lagos y Metropolitana, este programa de Foro Innovación ofrece mentorías pagadas de emprendedores para emprendedores, con el objetivo de aportar al desarrollo y consolidación de la actividad empresarial del país. Para participar, el emprendedor debe ser dueño, socio o gerente general de su empresa, la que debe tener al menos un año de funcionamiento y una facturación mínima anual de $30 millones.

5. Global Entrepeneurship Monitor (GEM): el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es una iniciativa a nivel internacional para establecer la medición y caracterización de la actividad emprendedora en diferentes países. Chile se asoció al estudio el año 2002, y la Universidad del Desarrollo es la institución que representa al país en el consorcio GEM, que año a año, emite un reporte.

X.

Cotizaciones de Pensiones para los Trabajadores Independientes

La Ley N° 20.255, de 2008, estableció un conjunto de medidas destinadas a aumentar la cobertura de los trabajadores independientes, igualando su situación de derechos y obligaciones previsionales en relación a los trabajadores dependientes.

Los trabajadores independientes deberán cotizar para pensiones, accidentes del trabajo y enfermedades profesionales y salud, accediendo a los beneficios de estos sistemas.

1. ¿Qué trabajadores independientes estarán obligados a cotizar?
Los trabajadores que reciben honorarios, es decir, que perciban rentas gravadas por el artículo 42 N° 2 de la Ley sobre impuesto a la Renta.

2. ¿Quiénes no están obligados a cotizar?
Los trabajadores independientes afiliados a algunas de las instituciones de previsión del régimen antiguo administradas por el IPS o la Dirección de Carabineros de Chile o Caja de Previsión de la Defensa Nacional.

Los trabajadores independientes que no perciban rentas del artículo 42 N° 2 de la Ley sobre impuesto a la Renta, pueden cotizar voluntariamente.

3. ¿Cuál es la renta imponible que se considerará para la cotización de los independientes?
Se considerará como renta imponible el 80% del conjunto de rentas brutas gravadas por el Artículo 42 N° 2 de la Ley de Impuesto a la Renta obtenidas en cada año calendario.
La renta imponible anual no podrá ser inferior a un ingreso mínimo mensual ni superior al tope máximo imponible mensual multiplicado por 12.

4. ¿Cómo se pagarán las cotizaciones previsionales?
Se pagarán con cargo a las cantidades retenidas o pagadas en conformidad a lo establecido en los Artículos 84, 88 y 89 de la Ley sobre impuesto a la Renta, con los pagos provisionales de cotizaciones que al independiente hubiera hecho en su AFP y con el pago directo de la diferencia que pudiera existir.

La Tesorería General de la República deberá enterar, con cargo a las cantidades retenidas, la cotización obligatoria determinada por concepto de pensiones en el fondo de pensiones de la AFP en que se encuentre incorporado el trabajador independiente.

En el caso que la renta imponible sea de un monto inferior a 7 ingresos mínimos, el trabajador independiente tendrá cobertura del SIS, Seguro de Invalidez y Sobrevivencia, en una proporción de lo anterior, siempre desde el 1 de mayo del año en que pagó las cotizaciones.

En todo caso, sea cual fuere el monto de la cotización enterada, el trabajador siempre estará cubierto en el mes de mayo del año en que efectúe el pago.

Además, aquellos trabajadores independientes que efectúen pagos provisionales de sus cotizaciones, estarán cubiertos por el SIS en el mes siguiente al de la respectiva cotización.

Tienen derecho al seguro de invalidez y sobrevivencia (SIS):
•El trabajador independiente que hubiese pagado sus cotizaciones obligatorias tendrá acceso al SIS, de la siguiente forma:
•Si el trabajador efectuó las cotizaciones por una renta imponible anual de un monto igual o superior a 7 ingresos mínimos mensuales, tendrá una cobertura anual desde el 1 de mayo del año en que pagó las cotizaciones hasta el día 30 de abril del año siguiente a dicho pago.

5. ¿Qué pasa si las cotizaciones por pagar superan a las retenciones?
En tal caso, se pagarán en primer orden las destinadas a pensiones. Si quedara un saldo insoluto, se considerará adeudado a partir de ese momento, para todos los efectos legales. Se otorgará un plazo para que el trabajador independiente entere estas cotizaciones en su AFP.

Para tener cobertura contra accidentes del trabajo y enfermedades profesionales (Ley 16.744) el trabajador deberá afiliarse a algunas de las mutualidades.

6. ¿Qué hacer para adherirse a Mutual de Seguridad CChC?
Pueden hacerlo a través de la modalidad online la páginawww.mutual.cl o directamente en www.previred.cl, para esto el emprendedor deberá ingresar los datos requeridos en las páginas web indicadas.

También puede solicitar el contacto de una ejecutiva en nuestra página web, completando el formulario de contacto y en 48 hrs una ejecutiva lo llamará.

Además, puede llamar al 600 2000 555.

XI.

Seguro Social Obligatorio Contra Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales

La Ley 16.744, promulgada en el año 1968, establece, en forma y condiciones, el seguro social obligatorio contra Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales.
En la siguiente ficha se presentan las principales coberturas contenidas en dicha Ley.

1. ¿Qué es un accidente del trabajo?
Es toda lesión que una persona sufra a causa o con ocasión del trabajo, y que le produzca incapacidad o muerte.

2. ¿Qué es enfermedad profesional?
Es aquella causada de una manera directa por el ejercicio de la profesión o el trabajo que realice una persona y que le produzca incapacidad o muerte.107400352/02-13

3. ¿Qué debe hacer ante un accidente del trabajo?
Informar de inmediato por cualquier medio a su jefe directo quién coordinará su traslado o rescate.

Colaborar en la investigación a fin de determinar las causas. Seguir las instrucciones del especialista y jefe directo.

4. ¿Qué documentos se deben presentar en el centro de atención?
•Cédula de identidad.
•Indicar el RUT de la empresa.
•La empresa enviará a la Mutual de Seguridad de la CChC, dentro de las 24 hrs. la denuncia individual de accidente del trabajo (DIAT).

5. ¿Qué es un accidente de trayecto?
Son los ocurridos en el trayecto directo, de ida o regreso, entre la habitación y el lugar del trabajo, y aquellos que ocurran en el trayecto directo entre dos lugares de trabajo, aunque correspondan a distintos empleadores.

6. ¿Qué debe hacer ante un accidente de trayecto?
•Dirigirse a un centro asistencial de la Mutual de Seguridad de la CChC.
•Informar a su jefe directo.
•De no ser posible lo anterior, dirigirse al centro asistencial o

de atención médica más cercano al lugar del accidente para su primera atención de urgencia.

7. ¿Qué documentos debe presentar?
•Cédula de identidad.
•Acreditar el hecho mediante:
- Parte de Carabineros o, certificado de atención médica del centro asistencial que le otorgó la primera atención.
- Testigos, si los hubiere, o cualquier medio de prueba que certifique el hecho.

8. ¿Qué hacer ante un siniestro? (accidente de tránsito, agresión y/o amenaza)
•Ante pasajeros lesionados: derivarlos a un centro asistencial y tomar los datos del o los afectado(s).
•Informar al jefe directo, dejar constancia en Carabineros.
•Ante la participación de otro vehículo, deberá además anotar la patente, nombre del conductor y número de teléfono.

9 ¿Qué beneficios otorga la ley a través de la Mutual de Seguridad de la CChC?
•Asesoría en prevención de riesgos, mediante programas de capacitación dirigida a los trabajadores de distintos niveles de responsabilidad.
•Asesoría en prevención de riesgos a través de programas específicos.
•Atención médica y prestaciones económicas (si es necesario)

10. ¿Cuáles son las prestaciones médicas otorgadas por Ley?
•Atención médica, quirúrgica y dental.
•Hospitalización
•Medicamentos y productos farmacéuticos.
•Prótesis y aparatos ortopédicos.
•Rehabilitación física.

11. ¿Cuáles son las prestaciones económicas otorgadas por Ley?
•Subsidios
•Indemnizaciones
•Pensiones
•Pensiones supervivencia.



DESARROLLO DE CONTENIDO: FLORENCIA JEIFETZ & FERNANDA HIDALGO | DISEÑO: PILAR SÁNCHEZ | ÁREA COMERCIAL: ANITA BUSTAMANTE